

UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR  
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS  
ESCUELA DE MERCADEO INTERNACIONAL



DISEÑO DE CAMPAÑA PUBLICITARIA DIGITAL PARA MEJORAR LA  
PERCEPCIÓN DE LOS PÚBLICOS DE INTERÉS, HACIA LA IMAGEN  
CORPORATIVA DE "ART CODE STUDIOS"

TRABAJO DE GRADUACIÓN PRESENTADO POR:

MARROQUIN BONILLA, JHOSELIN JESSEL

MARTÍNEZ GUARDADO, LETICIA DEL CARMEN

SALAS LINARES, ANDREA LISSETTE

PARA OPTAR AL GRADO DE:

LICENCIADA EN MERCADEO INTERNACIONAL

OCTUBRE 2019

SAN SALVADOR

EL SALVADOR

CENTROAMÉRICA

UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR  
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS  
ESCUELA DE MERCADEO INTERNACIONAL



DISEÑO DE CAMPAÑA PUBLICITARIA DIGITAL PARA MEJORAR LA  
PERCEPCIÓN DE LOS PÚBLICOS DE INTERÉS, HACIA LA IMAGEN  
CORPORATIVA DE "ART CODE STUDIOS"

TRABAJO DE GRADUACIÓN PRESENTADO POR:

MARROQUIN BONILLA, JHOSSSELIN JESSEL

MARTÍNEZ GUARDADO, LETICIA DEL CARMEN

SALAS LINARES, ANDREA LISSETTE

PARA OPTAR AL GRADO DE:

LICENCIADA EN MERCADEO INTERNACIONAL

OCTUBRE 2019

SAN SALVADOR

EL SALVADOR

CENTROAMÉRICA

# UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR

## AUTORIDADES UNIVERSITARIAS

- Rector : Msc. Roger Armando Arias Alvarado
- Secretario General : Ing. Francisco Antonio Alarcón Sandoval
- Decano de la Facultad de Ciencias Económicas : Msc. Nixón Rogelio Hernández Vásquez
- Secretaria de la Facultad de Ciencias Económicas : Licda. Vilma Marisol Mejía Trujillo
- Director de la Escuela de Mercadeo Internacional : Lic. Miguel Ernesto Castañeda Pineda
- Coordinador General de Procesos de Graduación de la Facultad de Ciencias Económicas : Lic. Mauricio Ernesto Magaña Menéndez
- Asesor Director : Maf. Ronald Edgardo Gálvez Rivera

Jurado:

Msc. Juan José Cantón González  
Maf. Ronald Edgardo Gálvez Rivera  
Mce. Julio Alberto García Hernández

OCTUBRE, 2019

San Salvador, El Salvador, Centro América

## AGRADECIMIENTOS

Le agradezco primeramente Dios por permitirme culminar este trabajo de graduación, y haberme brindado las fuerzas necesarias en el proceso, a mi madre María Teresa Linares Rosales quien siempre me ha apoyado en todo, mis tres hijos Yariel, Keyli y Gisell quienes han sido la base fundamental para obtener un grado académico profesional y ser un ejemplo para ellos, a mi hermana Gabriela Salas, a mis familiares y todas las personas que creyeron y me apoyaron en todo momento.

Andrea Salas

A Dios, por permitirme llegar a este momento tan especial en mi vida. Por los triunfos y los momentos difíciles que me han enseñado a valorarlo cada día más, a mi familia porque me han acompañado durante todo mi trayecto estudiantil quienes han velado por mi durante este arduo camino para convertirme en una profesional, a mis asesores por apoyarnos en este proceso, así como por la sabiduría que me transmitieron en el desarrollo de mi formación profesional y compañeras de trabajo de investigación que gracias al equipo que formamos logramos llegar al final del camino.

Jhosselin Marroquín

Le agradezco a Dios por haberme guiado en este largo camino, a mi familia que me apoyo durante toda mi formación profesional, a mis asesores que dedicaron tiempo a preparar el trabajo de investigación, todos los docentes que formaron parte de mi vida donde compartieron sus conocimientos durante todos estos años, mis amigos que estuvieron acompañándome en mis días de desvelo y principalmente a la ASECE por haberme acogido en mi carrera hasta el final.

Leticia Guardado

Le agradecemos a la empresa Art Code Studios que sin su colaboración no hubiese sido posible, a Lic. Mauricio Ernesto Magaña Menéndez y Lic. Ronald Edgardo Gálvez Rivera por su sabiduría, dedicación y apoyo, a las autoridades y los docentes que nos acompañaron estando a la disposición de nuestras necesidades, a ASECE y sus miembros por prestarnos sus instalaciones para seguir con nuestro trabajo y a nuestras personas más cercanas que apoyaron en todo el proceso Wilber Serrano, Carmen Sánchez, Celso Gabriel, no fuimos nosotras que escogimos el momento él nos escogió a nosotras

Andrea Salas, Jhosselin Marroquín y Leticia Guardado

## Indice

RESUMEN EJECUTIVO .....	i
INTRODUCCIÓN.....	iv
CAPÍTULO I. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	1
1.1. Situación problemática de la empresa Art Code Studios sobre la ausencia de la campaña publicitaria digital.....	1
1.1.1. Enunciado del problema.....	3
1.1.2. Justificación del tema.....	3
1.1.3. Objetivos de la investigación .....	5
1.2. Marco teórico.....	6
1.2.1. Conceptualización del marketing.....	6
1.2.2. Producto .....	8
1.2.3. Precio.....	9
1.2.4. Distribución.....	9
1.2.5. Promoción .....	10
1.2.6. Marketing online .....	11
1.2.7. Neuromarketing.....	11
1.2.8. Marketing experiencial.....	11
1.2.9. Marketing integral .....	12
1.2.10. Blended marketing.....	12

1.2.11.	BTL.....	12
1.2.12.	Redes sociales.....	13
1.2.13.	Marketing viral .....	13
1.2.14.	Marketing digital .....	14
1.2.15.	Herramientas del Marketing Digital. ....	15
1.2.16.	Diagnóstico organizacional .....	17
1.2.17.	Análisis de la competencia .....	22
1.2.18.	Generalidades de la Empresa.....	26
1.2.19.	Análisis de la empresa .....	30
1.2.20.	FODA para la empresa Art Code Studios .....	31
1.2.21.	Análisis PESTEL para Art Code Studios .....	33
1.2.22.	Análisis de las 5 Fuerzas De Porter para Art Code Studios .....	38
1.2.23.	Análisis de las 7ps para Art Code Studio .....	42
1.3.	Diagnóstico digital .....	54
1.3.1.	Análisis de activos digitales de la competencia .....	54
1.3.2.	Análisis de activos digitales de la empresa. ....	58
1.4.	Investigación .....	71
1.4.1.	Tipo de Investigación .....	71
1.4.2.	Unidad de Análisis .....	72

1.4.3.	Universo y Muestra .....	72
1.4.4.	Instrumento y técnicas a utilizar en la investigación.....	73
1.4.5.	Procesamiento de la información .....	74
1.4.6.	Análisis e interpretación de los datos procesados .....	74
<b>CAPITULO II: RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN DE CAMPO.....</b>		<b>75</b>
2.1.	Resultados de la investigación.....	75
2.1.1.	Sistematización de información del trabajo de campo.....	75
2.2.	Infográficos .....	85
2.2.1.	Conceptualización .....	85
2.2.2.	Características .....	86
2.2.3.	Clasificación.....	86
2.2.4.	Infográficos de la investigación .....	87
2.3.	Descripción general de la situación digital actual de la entidad. ....	91
2.3.1.	Página de Facebook.....	91
2.3.2.	Instagram .....	96
2.3.3.	Página Web .....	100
2.3.4.	Twitter .....	101
2.4.	Descripción de las Oportunidades Identificadas.....	105
2.4.1.	Campañas de Pago .....	106

2.4.2.	Marketing de Contenido.....	107
2.5.	Identificación de Objetivo real de la empresa .....	109
2.5.1.	Objetivo General .....	109
2.5.2.	Objetivo específico.....	109
2.6.	Definición de activos digitales a utilizar.....	110
2.7.	Descripción general del activo digital .....	111
2.7.1.	Facebook .....	111
2.7.2.	Instagram .....	113
2.7.3.	Twitter .....	113
2.7.4.	Página web .....	114
2.7.5.	Justificación.....	116
2.7.6.	Conclusiones generales de uso.....	116
2.7.7.	Recomendaciones generales de la investigación.....	117
CAPITULO III: CAMPAÑA PUBLICITARIA PARA LA EMPRESA ART CODE STUDIOS.....		120
3.1.	Metodología.....	120
3.1.1.	Justificación de la metodología.....	120
3.2.	Campaña publicitaria digital .....	123
3.2.1.	AJL001 Campaña publicitaria digital .....	123
3.2.2.	AJL002 Campaña publicitaria digital .....	124

3.2.3.	AJL003 Campaña publicitaria digital .....	125
3.2.4.	AJL004 Campaña publicitaria digital .....	127
3.2.5.	AJL005 Campaña publicitaria digital .....	128
3.2.6.	AJL006 Campaña publicitaria digital .....	129
3.2.7.	AJL007 Campaña publicitaria digital .....	130
3.2.8.	AJL008 Campaña publicitaria digital .....	131
3.2.9.	AJL009 Campaña publicitaria digital .....	132
3.2.10.	AJL010 Campaña publicitaria digital.....	133
3.2.11.	AJL011 Campaña publicitaria digital.....	134
3.2.12.	AJL012 Campaña publicitaria digital.....	135
3.2.13.	Video de campaña publicitaria .....	136
3.3.	Kpi´s.....	137
3.4.	Presupuesto .....	144
3.5.	Resumen estratégico (hoja de ruta).....	148
3.6.	Métodos de evaluación y control.....	149
	BIBLIOGRAFIA .....	150
	ANEXO .....	153

## Indice de Figuras

Figura 1: Las 5 fuerzas de Michael Porter.....	23
Figura 2: Isologo de la Empresa Art Code Studio.....	29
Figura 3: Publicidad de Art Code Studios.....	43
Figura 4: Modulo 1 enfocado en comercialización de videojuegos.....	44
Figura 5: Modulo 2 enfocado en Diseño de videojuegos.....	45
Figura 6: Modulo 3 enfocado en programación de videojuegos.....	46
Figura 7: Modulo 4 enfocado en el arte de videojuegos.....	47
Figura 8: Modulo 5 enfocado al sonido de videojuegos.....	48
Figura 9: Ubicación geográfica de Art Code Studios.....	49
Figura 10: Captura de pantalla de la fan Page de Art Code Studios.....	51
Figura 11: Captura de pantalla de la página web de Art Code Studios.....	51
Figura 12: Proceso de adquisición de capacitación de Desarrollo de Videojuegos.....	52
Figura 13: Publicidad del curso de Capacitación de Desarrollo de videojuegos.....	53
Figura 14: Sitio WEB Universidad Francisco Gavidia.....	55
Figura 15: Fan Page Facebook, Universidad Francisco Gavidia.....	56
Figura 16: Cuenta de Twitter, Universidad Francisco Gavidia.....	57
Figura 17: Cuenta de Youtube, Universidad Francisco Gavidia.....	58
Figura 18: Sitio Web de Art Code Studios.....	59
Figura 19: Fan page de Art Code Studios.....	60

Figura 20: Página de Twitter de Art Code Studios.....	61
Figura 21: Página de Instagram de Art Code Studios .....	62
Figura 22: Página de Facebook de Art Code Studios.....	91
Figura 23: Página de Facebook de Art Code Studios.....	92
Figura 24: Página de Facebook de Art Code Studios.....	93
Figura 25: Página de Facebook de Art Code Studios.....	94
Figura 26: Página de Facebook de Art Code Studios.....	95
Figura 27: Página de Instagram de Art Code Studios .....	96
Figura 28: Página de Instagram de Art Code Studios .....	97
Figura 29: Página de Instagram de Art Code Studios .....	98
Figura 30: Página de Instagram de Art Code Studios .....	99
Figura 31: Página web de Art Code Studios .....	100
Figura 32: Página de Twitter de Art Code Studios.....	101
Figura 33: Página de Twitter de Art Code Studios.....	102
Figura 34: Página de Twitter de Art Code Studios.....	103
Figura 35: Página de Twitter de Art Code Studios.....	104

## Indice de Tablas

Tabla 1. Gráfico de tasa de desempleo según EHPM EN 2017 .....	35
Tabla 2 factores demográficos del mercado meta (padres de familia).....	63
Tabla 3 Factores demográficos del mercado meta (profesionales graduados).....	64
Tabla 4 Factores geográficos.....	66
Tabla 5: Kpi´s página web.....	139
Tabla 6: Proyección Kpi´s para Facebook para los años 2019-2021 .....	141
Tabla 7: Proyección de Kpi´s para Instagram .....	143
Tabla 8: Presupuesto 2019.....	144
Tabla 9: Presupuesto 2020.....	146
Tabla 10: Presupuesto 2021.....	147
Tabla 11: Hoja de Ruta.....	148

## RESUMEN EJECUTIVO

El mundo ha cambiado, en lo cual se comporta de forma diferente y con ella la misma tecnología ya no se realiza lo que hace 20 o 10 años se hacía, las personas se relacionan de distinta forma, las nuevas generaciones actúan y se expresan totalmente diferente; la comunicación y el acceso a la información cada vez es cambiante, sin embargo la tecnología aún lo sigue haciendo por lo que se puede decir se ha llegado el punto de la estandarización de los dispositivos móviles (teléfonos, tabletas) ha supuesto una revolución definitiva y es con ello que la manera de darse a conocer con los clientes ha cambiado, la generación de campañas ha trascendido en lo cual se puede llegar a las diferentes redes sociales, de acuerdo a las diferentes estrategias para captar la atención del cliente.

Es por ello que en el presente trabajo de graduación tiene como objetivo diseñar una campaña publicitaria digital en el cual para iniciar a evaluar las estrategias a implementar fue necesario conocer a fondo los problemas con la que Art Code Studio contaba en lo que esto inicio como un estudio, en la actualidad es una empresa industrial con enfoque a la educación, ya que se trata de un espacio nuevo a explorar donde lo primordial es la creación y desarrollo de los mismos, pero a través del tiempo han experimenta acontecimientos en los que se han visto afectados debido a la negatividad y el concepto que se crean especializarse en un diplomado con enfoque a creación y desarrollo a los videojuegos.

Debido a que en América Latina y Europa el desarrollo de videojuegos se considera un rubro importante para el factor económico del país, el presente trabajo debe de implementarse con

estrategias puntuales, el cual buscan nuevas ideas de crecimiento, diferentes a lo que usualmente se conocen debido a que no existen espacios por la alta demanda de diversas profesiones que buscan adquirir este tipo de productos siendo esto una problemática en El Salvador dado que la educación implementada que no es cambiante en la parte cultural y religiosa, por lo cual se debe de buscar un ente y caminos para poder identificar la percepción del público de interés que produce disminución en el crecimiento a nivel nacional e internacional.

Por lo siguiente la empresa Art Code Studios es pionera en la creación y desarrollo de videojuegos en el sector tecnológico en El Salvador, tomando en cuenta factores internos/externos, positivos y negativos que intervienen luego de investigar las opiniones acerca de este producto a diferentes segmentos de mercado donde ayude a conocer las ventajas que poseen.

Es importante mencionar que este rubro en Europa se considera como uno de los que más genera empleos y aumenta el PIB, mejorando la economía, dando una ventaja en todos los aspectos, creando nuevas oportunidades para la población, al poseer los datos se hará un diagnóstico donde se busca brindar alternativas positivas para la empresa y realizar de manera conveniente, tomando en cuenta no continuar con las problemáticas que se le presentan.

También ayudar a ser conscientes a los padres de familia y puedan percibir diversas cualidades para el desarrollo de los mismos en el ámbito personal adquiriendo una estimulación, promoviendo el razonamiento y discernimiento por medio de campañas

publicitarias, impulsando a los usuarios el ser más activos y participativos en la interactividad a través de sus llamativas interfaces y detalles de navegación, estimulan los sentidos al mismo tiempo, siendo este el principal beneficio para los hijos; además se busca favorecer la coordinación visual y manual, estimula la memoria y capacidad de retención; fomentando la curiosidad, el espíritu investigativo, aumenta la atención y autocontrol del niño. De esta manera los padres de familia y el público de interés logren captar la importancia que es desarrollarse en diversas áreas innovadoras, más allá de la percepción incorrecta que se ha generado a través de los años en la cultura del país.

## INTRODUCCIÓN

La industria de los videojuegos en El Salvador se encuentra en pleno desarrollo, ya que existe dificultad, la cual se identifica como prejuicio de la sociedad, sin embargo en el país existen iniciativas privadas y con apoyo del gobierno para crear una industria en la fabricación de videojuegos, es ahí donde “Art Code Studios” se identifica en El Salvador como la primera academia en la creación y desarrollo de videojuegos, esto fue posible por dos amigos, en el cual uno de ellos se dedica a la programación, mientras que el otro al diseño.

El presente documento describe un diseño de campaña publicitaria digital para mejorar la percepción de los públicos de interés hacia la imagen corporativa de la empresa Art Code Studios, con el fin de investigar los factores principales que influyen al momento de optar por los productos y servicios de dicha empresa. El trabajo de investigación se estructura en tres capítulos que son los siguientes:

Capítulo primero, muestra un planteamiento del problema donde se identificó la ausencia de una campaña publicitaria digital que posee la empresa, seguido de un marco teórico que hace referencia al concepto de marketing y marketing digital, sus elementos, tipos, clasificación y herramientas. También se realizó un análisis FODA, PEST, las 5 fuerzas de Porter y las 7p's para la empresa, dejando por último el diagnóstico digital que es donde se plantea las diferentes plataformas digitales que Art Code Studios utiliza actualmente.

Capítulo segundo, se denomina resultados de la investigación de campo en donde se eligió el método con el que se trabajó, este caso fue el método cualitativo, por cuanto se utilizó la herramienta llamada focus group, para recopilar la información, después tabularla y mostrarlas puntualmente en infográficos, luego se hizo una descripción de la situación digital con la que actualmente cuenta la empresa para después identificar los activos digitales que podría utilizar en un futuro, finalizando con una serie de conclusiones y recomendaciones que se crearon para la empresa.

Capítulo tercero, se presenta la propuesta de la campaña publicitaria digital, realizada para doce meses, cada una con su estrategia, objetivo, mensaje e imagen. También se creó un video que ayudará a publicitar la empresa, seguidamente se identificaron los diferentes kpi's que muestran el alcance que puede llegar a obtener Art Code Studios en las diferentes redes sociales, y por último se implementa el debido presupuesto que tendría esta campaña a realizar.

## **CAPÍTULO I. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA**

### **1.1. Situación problemática de la empresa Art Code Studios sobre la ausencia de la campaña publicitaria digital**

Art Code Studios, es una industria especializada en la creación, desarrollo y capacitación de videojuegos en El Salvador y Centro América, del cual Art Code Game Academy catalogado bajo un modelo de negocio altamente potencial para el país, en el cual su principal enfoque en la academia es capacitar de la mejor manera posible a sus estudiantes buscando excelente oportunidad en el mundo creativo, y de esa manera logren desarrollarse como diseñadores gráficos, animadores, publicistas y desarrolladores de aplicaciones.

El objetivo principal de esta empresa es que las personas al capacitarse se encuentren preparadas para producir en poco tiempo, logrando así construir un proyecto personal el cual, ayudará en ampliar el portafolio y obtener oportunidades de trabajo mediante la última tecnología disponible, además del software que les permita estar un paso adelante de la competencia, de esa manera contribuye al desarrollo del país, una fortaleza que cabe destacar es el tipo de evaluación en las capacitaciones ya que los instructores o moderadores no toman en cuenta los exámenes de forma escrita, sino que la manera en la que evalúan, la cual cada uno de los estudiantes tiene que crear su propio portafolio, de esa manera es como van avanzando en cada módulo aprobado, con esto podrán valorar la creatividad y al mismo tiempo ponen en práctica lo aprendido.

La empresa cuenta con varios cursos para la creación de videojuegos entre los cuales se pueden mencionar: DAP3D, DAP2D (Diseño, Arte y Programación), Programación I (Java para videojuegos), Diseño de personajes 3D (Ilustración, Modelado 3D y Animación); cursos independientes, programación para aplicaciones web Maya para arquitectos, cabe recalcar que el curso con más demanda es el de desarrollo de videojuegos en 3D. Al culminar estos cursos no solo pueden optar por el desarrollo de estos, sino también como diseñadores gráficos, animadores, publicistas y desarrolladores de aplicaciones.

A pesar de que la empresa posee todas las características ya mencionadas, hay desconocimiento en la población salvadoreña, la mayoría no sabe que existe este tipo de instituciones por no contar con una implementación de marketing digital con campañas publicitarias que den a conocer el funcionamiento de Art Code Studios, sus características y sus novedades.

Debido a esto la empresa no ha experimentado la demanda que espera, tanto en el producto, como en las capacitaciones que implementan, donde se ha visto afectado y esto ha generado una negatividad en los padres, ya que se crean patrones y comportamientos agresivos, se incrementa los pensamientos violentos en sus hijos, por falta de conocimiento en cuanto a los servicios, productos que ofrecen en el desarrollo y creación de videojuegos en El Salvador.

Dado que la entidad no cuenta con el personal idóneo para realizar un análisis exhaustivo enfocado en el área de marketing para mantener a los clientes, solamente posee programadores, lo que hace que no utilicen en su totalidad los medios digitales con los que la entidad cuenta, lo cual inhibe que se genere la aceptación en cuanto a los posibles clientes que solo son cinco anualmente según los socios de la empresa, lo que conlleva una disminución en la participación en el desarrollo de las capacitaciones, porque no tienen claro a qué se dedica la empresa, lo que genera niveles bajos de ventas, el cual hace que exista un ingreso mensual de \$2,500, y anualmente \$30,000 aproximadamente.

#### **1.1.1. Enunciado del problema**

¿Cómo la ausencia de campaña publicitaria digital inhibe a Art Code Studios a posicionarse adecuadamente en la industria de creación de videojuegos para mejorar la percepción hacia el público de interés, lo que provoca que la empresa no sea reconocida en la población salvadoreña?

#### **1.1.2. Justificación del tema**

Se ha elegido diseñar campaña publicitaria digital para mejorar la percepción de los públicos de interés ya que la población posee desconocimiento de la empresa desde la imagen corporativa hasta el rubro al cual se dedica, debido a que es una nueva rama en la que se podría investigar este tipo de tecnologías donde requieren un refuerzo ya que no se le ha tomado la importancia necesaria para lograr un mayor desarrollo como empresa.

Se espera que al realizar la campaña cambie la percepción y a su vez adquirir nuevos clientes interesados en las tecnologías de videojuegos, es decir que el instrumento a utilizar logrará incursionar de la manera correcta en los grupos de interés enseñándoles lo que puede generar una percepción positiva al ser partícipe de esta área.

La investigación es única y novedosa, debido a que a la fecha no se ha desarrollado una campaña publicitaria digital contrarrestando en los grupos de interés, donde se toma en cuenta que en la Universidad de El Salvador se ha realizado algo similar; siendo esta una propuesta original para que ayude a la empresa Art Code Studios que ha conducido a la problemática actual a través de los años, en lo cual no se le ha brindado una adecuada importancia, siendo la primera en mejorar en el sector de tecnologías, debido a que no ha obtenido el realce correcto para los posibles consumidores que son los jóvenes que dependen de sus padres y a pesar de tomar en cuenta que hasta el día de hoy se considera, no es lo suficiente para hacer crecer esta rama, para las necesidades que realmente demanda cambiando la mentalidad sobre los beneficios que contrae este nuevo tipo de proyectos.

Esta investigación es factible debido, a que la Facultad de Ciencias Económicas cuenta con los asesores y especialistas necesarios para poder realizar este tipo de investigaciones, además, se cuenta también con acceso a información necesaria de parte de la empresa que permite conocer con mayor profundidad la situación de la misma para generar una propuesta que contribuya a mejorar la percepción del público de interés.

### **1.1.3. Objetivos de la investigación**

- **Objetivo general**

Investigar los principales factores que influyen al público de interés sobre la percepción hacia la imagen corporativa para optar por los productos y servicios de Art Code Studios en el área del Distrito 2 y Distrito 3 de San Salvador.

- **Objetivo específico**

1. Descubrir factores internos/externos positivos que intervienen en el desarrollo de las capacitaciones para la creación de los videojuegos en Art Code Studios.
2. Realizar dos focus group para conocer las opiniones acerca de Art Code Studios en los públicos de interés.
3. Considerar que aspectos de la percepción influyen en la sociedad salvadoreña en la creación y desarrollo de Videojuegos en Art Code Studios.
4. Conocer los medios digitales más efectivos con los que cuenta Art Code Studios, para llegar hacia el público de interés y dar a conocer sus productos o servicios.
5. Desarrollar un diagnóstico de la empresa por medio de los análisis: PEST, FODA, de la competencia y de las 7p's

## 1.2. Marco teórico

### 1.2.1. Conceptualización del marketing

El marketing definido por Philip Kotler y Gary Armstrong (2008) como “un proceso mediante el cual las empresas crean valor para los clientes y establecen relaciones sólidas con ellos, obteniendo a cambio el valor de los clientes”.<sup>1</sup>

Se dice que el marketing es una muestra planificada de estrategias que partiendo del conocimiento cualitativo y cuantitativo del entorno en el mercado de sus tendencias, da lugar a la concepción, desarrollo, planificación, difusión y comercialización de marcas, productos y servicios que satisfagan las expectativas de la demanda, logrando resultados rentables para la empresa u organización interesada”.<sup>2</sup>

Se considera que el marketing es la forma de persuadir convencer, inducir y atraer a las personas utilizando un conjunto de estrategias para que las empresas puedan llegar a su público y así poder satisfacer las necesidades dependiendo el bien o servicio que se ofrezca.

La utilización del marketing por parte de las empresas ha ido evolucionando grandemente a lo largo de los años, ya que esta rama conlleva a la innovación y al uso de las nuevas tecnologías, de esta manera se va adaptando a cada era y por ello las entidades están demandando el uso de esta herramienta para poder hacer crecer su cartera de clientes.

---

<sup>1</sup> Kotler, Armstrong. 8 Edición. 2008. “Fundamentos de Marketing”. pág. 227

<sup>2</sup> “Todo lo que hay que saber sobre el Marketing estratégico táctico y operativo” Gestión, 2000. Ediciones Gestión 2000, S.A Barcelona 2011Pág. 17

El marketing comienza en el año 1450, con la invención de la imprenta Gutenberg y fue esta la primera que utilizó la impresión en masa y esto permitió que un gran número de personas pudieran recibir un mensaje.

En el año 1730 aparecen las primeras revistas, la cual fue "The Gentlemen's Magazine" quien fue la primera en la historia en 1922, Queens Boro Corporation emite el primer anuncio en la radio en la ciudad de New York.

Alrededor del año 1941, la empresa de relojes Bulova realizó el primer anuncio en la televisión y el 3 de abril por parte de Motorola, en 1973 empieza la era digital con la primera llamada a través de un teléfono móvil, en 1981 IBM introduce en el mercado el Personal Computer (PC). Tres años más tarde, Apple lanza el Macintosh. Estos dos soportes se convertirán en una oportunidad increíble para la innovación en el marketing en las siguientes décadas, en especial con la llegada de internet.

En 2011 Google lanza un nuevo algoritmo, con el nombre de Panda, que favorece las recomendaciones en las redes sociales e intenta evitar tácticas fraudulentas para manipular los resultados de búsqueda. Muchas de las páginas que ocupaban primeras posiciones dejan de ocuparlas. Google también lanza Google+ buscando hacer la competencia a Facebook y otras redes sociales, que se empiezan a llevar una parte del pastel de la publicidad online.<sup>3</sup>

(Publicado febrero 2014)

La Micro y Pequeña Empresa (MYPE) es la unidad económica constituida por una persona natural o jurídica (empresa), bajo cualquier forma de organización que tiene como objeto

---

<sup>3</sup> Inboundcycle(página consultada el 17 de julio 2018) Dirección URL [https:// www.inboundcycle.com](https://www.inboundcycle.com)

desarrollar actividades de extracción, transformación, producción, comercialización de bienes o prestación de servicios.<sup>4</sup>(Publicado febrero 2017)

- **Elementos del marketing**

El marketing mix es uno de los elementos esenciales, creado por McCarthy en 1960, en el cual se encuentran cuatro componentes básicos: producto, precio, distribución y promoción, también conocidos como las 4Ps por sus nombres en inglés (product, price, place and promotion (el marketing mix de la empresa) pueden considerarse como las variables con las que cuenta una entidad para conseguir sus objetivos comerciales. Estas tienen que combinarse entre sí para poder alcanzar las metas establecidas y poder satisfacer a los clientes.

### **1.2.2. Producto**

De acuerdo con McCarthy (1960), el producto es la variable del marketing mix que comprende tanto a los bienes como a los servicios que comercializa una organización. Este es el medio por el cual se satisfacen las necesidades de los consumidores. Dentro de este se encuentran aspectos tales como la imagen, la marca, el packaging o los servicios posventa, además se dice que es un bien tangible o intangible (físico o servicio) que se comercializa,

---

<sup>4</sup> Emprender (página consultada el 17 de julio del 2018) ) Dirección URL <http://emprender.sunat.gob.pe>

este tiene algunas variables como: calidad, marca, envase, servicio, garantía, diseño, características, etc.

### **1.2.3. Precio**

Este elemento es donde se introducen los ingresos de una empresa. En esta variable se debe medir ciertos aspectos como el consumidor, mercado, costos, competencia, entre otros. Al final es el cliente quien toma la decisión de si el precio está fijado correctamente, y si está dispuesto a pagar el valor del bien o servicio, todas las empresas que persiguen beneficios económicos consideran el precio como uno de los más importantes ya que genera rentabilidad, es decir la cantidad o importe monetario que el cliente debe pagar por un determinado producto o servicio, dentro de sus variables están: descuentos, periodo de pagos, condiciones de crédito, precio de lista, etc.

### **1.2.4. Distribución**

Consiste en un conjunto de acciones necesarias para trasladar el producto terminado hacia diferentes puntos de venta. La distribución es un elemento importante para cualquier organización, ya que es por medio de este el bien o servicio llega a manos de los consumidores en el tiempo y lugar adecuado, en esta variable del marketing mix se trabajan aspectos como el almacenamiento, gestión de inventarios, transporte, localización de puntos de venta, procesos de pedidos, se refiere aquellas actividades en que la empresa pone el producto a disposición del mercado, este es el elemento mix que se utiliza para que un

producto llegue al cliente y se entiende como plaza, un área geográfica para vender un producto o servicio.

### **1.2.5. Promoción**

Consiste en dar a conocer como el bien o servicio puede solventar o satisfacer las necesidades del público meta. En este elemento se muestran diferentes instrumentos de comunicación como lo son la venta personal, promoción de ventas, publicidad, marketing directo y las relaciones públicas.

En este apartado es donde se realizan las **campañas publicitarias**: acción o grupo de acciones agrupadas en el tiempo y diseñadas para publicitar un producto, ya sea compañía un concepto o causa. Sencillamente es que alguien A (una empresa, entidad, gobierno, un partido político o un fabricante de productos) quiere transmitir a otro alguien B (clientes, socios, ciudadanos, votantes o consumidores) una idea, un concepto, una recomendación o un aviso.<sup>5</sup> (Publicado julio 2016).

- **Clasificación del marketing**

El marketing ha evolucionado en diferentes tipos de ramas las cuales han ayudado a lo largo del tiempo a poder tomar decisiones que ayuden a las empresas u organizaciones a

---

<sup>5</sup> CUMP (página consultada el 20 de julio del 2018) Dirección URL <http://www.cump.edu.mx>

incrementar las ventas y poder satisfacer las necesidades de sus clientes, y estas se dividen de la siguiente manera:

#### **1.2.6. Marketing online**

Se considera como el manejo de las herramientas digitales, con el propósito principal de ejecutar estrategias orientadas a conseguir los objetivos de una empresa, este sistema permite promocionar los productos o servicios en línea, mediante plataformas y herramientas de forma eficaz y alineada con la estrategia general de marketing.

#### **1.2.7. Neuromarketing**

Es la ejecución de técnicas neurocientíficas para el mercadeo, con la finalidad de estudiar el comportamiento del cerebro humano frente a los incentivos publicitarios para poder crear estrategias sobre la conducta de compra, su objetivo es conocer y comprender los niveles de atención que muestran las personas a diferentes estímulos. De esta manera se trata de explicar la decisión de las personas desde la base de su actividad neuronal.

#### **1.2.8. Marketing experiencial**

Esta técnica se basa en que los consumidores pueden crear situaciones en las cuales se utilizan sentidos y no un mensaje publicitario, se centra en el propio cliente y las experiencias que éste obtiene durante la comercialización. Por tanto, la clave está en que un usuario elige un producto o servicio por la vivencia que le ofrece antes de la compra y durante su consumo.

### **1.2.9. Marketing integral**

En este aspecto se intenta reunir en una misma campaña las estrategias combinadas de todos los medios que los clientes pueden interactuar o llegar a tener contacto, pero consigue que la marca se posicione en la mente del público meta, esto permite unificar e integrar todos los canales de comunicación para ofrecer una experiencia de marca coherente para el consumidor. Esto significa que cada estrategia de marketing está interrelacionada y mejora aún más el rendimiento de cada otro elemento de marketing.

### **1.2.10. Blended marketing**

Es la combinación del marketing tradicional offline con el marketing digital, que genera una acción o reacción del consumidor y estos se implementan entre sí utilizando las técnicas para conseguir los objetivos de la organización por medio de la mezcla de formatos complementarios a través del marketing online se puede conocer más a los clientes y por lo tanto, hacer segmentaciones más precisas; lo que permite personalizar los productos o servicios y ajustar precios en base a las necesidades y demandas de los clientes y así poder aumentar la fidelidad.

### **1.2.11. BTL**

Es la mezcla de varias herramientas de marketing que utilizan formas de comunicación no masivas ya que van dirigidas a segmentos específicos, este tipo de marketing se utiliza mucho en blogs como campañas publicitarias, acciones de alto contenido creativo, sorpresa y

oportunidad, lo cual genera innovadoras formas y canales de comunicación de mensajes publicitarios.

### **1.2.12. Redes sociales**

Conocida como Social Media, ayuda a que el ambiente publicitario cree un análisis estratégico de redes sociales que promocionen mensajes virales y que este conlleve a la creación de comunidades que no necesariamente sean compradores de la marca, sino que tengan un interés común que promueva una interacción entre la marca y los usuarios o posibles clientes haciendo este tipo de marketing uno de los más novedosos y utilizados por las diferentes entidades.

### **1.2.13. Marketing viral**

El manejo de los medios digitales (principalmente las redes sociales) ayudan a dar a conocer la marca haciendo Brand Awareness<sup>6</sup> de la forma rápida, aprovechando el efecto viral de un mensaje estratégico, tal como actúan los virus informáticos, esto conlleva a cada usuario que comparta algún video o anuncio, los contactos agregados a la red que utiliza puedan ver y conocer cualquier producto o servicio.

---

<sup>6</sup> Brand Awareness puede ser traducido como reconocimiento de marca, conciencia de marca, recuerdo de marca o notoriedad de marca.

### **1.2.14. Marketing digital**

El marketing digital surgió en la década de los 90's donde empezaba a conocerse el internet, al principio se utilizaba para hacer publicidad a clientes específicos, pero a medida que los medios sociales iban creciendo en conjunto con los móviles en el año 2000 al 2010 poco a poco las empresas tuvieron que acoplarse al marketing donde se fue transformado a un concepto que involucre a más usuarios de modo que fueran buscando ser clientes de una marca de su preferencia.

Dentro de esta nueva interacción trataron de acoplarlo a la web 1.0 que era generar contenido sin mucha interacción de los usuarios, luego a 2.0 donde ya se podía utilizar la parte de intercambio de videos, gráficos, audios, redes sociales, mensajería, entre otros. Lo que empezó a ser un crecimiento realmente extraordinario en los dispositivos para acceder a los medios digitales, fue algo que permitió al marketing digital introducirse más en el mercado, debido a la necesidad de estar enterados de alguna información e incluso obtener aquella que le interesara a través de diferentes formas como buscadores, redes sociales, mensajería entre muchas cosas.

En la actualidad el marketing digital se ha establecido como algo permanente donde se generan contenidos que pueden alcanzar posibles consumidores al igual que el Big Data, es decir; todos los datos los usuarios interactuando en diferentes fuentes, sitios, redes sociales, etc. El contenido audiovisual es una parte esencial, debido a que es el más demandado en internet donde la mayor cantidad de usuarios consume a través de todos estos medios lo que le da credibilidad en todos los medios digitales.

De ahí nace un nuevo concepto en donde las campañas publicitarias tradicionales evolucionan a digitales, las cuales se desprenden del marketing digital, el cual se refiere a la utilización de estrategias comerciales mediante dispositivos electrónicos y la publicidad en internet. Entonces campaña digital debe entenderse como: el uso de medios publicitarios no convencionales, tales como las redes sociales (Facebook, Twitter, etc.), publicidad digital, mail marketing, SEM, SEO, Apps y muchas otras herramientas que tienen el objetivo de enfocar la publicidad hacia tu mercado objetivo, es decir, colocar la información adecuada sobre tus productos o servicios, en el momento oportuno frente a las personas correctas, utilizando la cantidad de recursos apropiada.<sup>7</sup>

### **1.2.15. Herramientas del marketing digital.**

#### **a) Redes sociales**

Las redes sociales digitales son un fenómeno global y creciente, están siendo usadas por las empresas como herramienta de marketing por la facilidad y economía que representa en aspectos como la comunicación, la gestión de información comercial y la relación con el cliente (Uribe Saavedra, 2010). Las Redes Sociales Digitales (RSD), redes sociales virtuales o social network sites, son un servicio basado en una plataforma web que permite a las personas construir un perfil público o semipúblico dentro de un sistema acotado, articular una lista de otros usuarios con quien se quiere compartir una conexión (Boyd & Ellison, 2007). Las principales redes sociales actuales son: Facebook, Twitter, LinkedIn, Blogger,

---

<sup>7</sup> Nerdtecs (página consultada el 20 de julio del 2018) Dirección URL <https://nerdtecs.com>

incluso página como YouTube que están liderando el Social Media (Alvarado Castillo, 2012).

### **b) Marketing viral**

Es una técnica que permite la difusión del mensaje de marketing, partiendo de un pequeño núcleo emisor, que se multiplica por la colaboración de los receptores en la transmisión y difusión del mismo, generando un efecto de progresión piramidal que crece geoméricamente (Cerrada, 2005). Estrategia de marketing que se basa en que los usuarios reenvíen, compartan y comuniquen una acción de una marca. Pueden ser juegos, música, fotos, vídeos, noticias o ideas creativas. Ofrece mucha visibilidad a bajo precio y ayuda a construir imagen de marca, aunque su resultado no es matemático y depende de los usuarios (Interactive Advertising Bureau, 2012).

### **c) La web y el contenido propio**

La web suele ser el eje vertebrador y destino final de todo el tráfico generado por el resto de herramientas. De ahí la importancia de conocer bien todas las posibilidades que la web puede ofrecer, es el escaparate donde “suceden cosas”: visitas, registros o venta en la mayoría de las ocasiones (Nacho Somalo)

### **d) Display y vídeo**

Son los anuncios gráficos que se encuentran en una buena parte de páginas web. Los comúnmente conocidos como banners. Aunque cada vez más el display evoluciona al vídeo como herramienta publicitaria.

### **1.2.16. Diagnóstico organizacional**

Se define como el proceso que permite conocer la situación real de una empresa y descubrir factores internos y externos, los cuales en un momento dado se utilicen para descubrimiento de problemas con el fin de corregir las áreas de oportunidad que se puedan aprovechar, por ende, existen herramientas para poder medirlos.

#### **➤ Análisis FODA**

Este análisis permite ver la situación interna de la empresa con los elementos que son las fortalezas y debilidades mientras que las características externas dan a conocer las oportunidades y amenazas que posee como tal. El beneficio que se obtiene con su aplicación es descubrir la situación real en que se encuentra la empresa, así como el riesgo y oportunidades que le brinda el mercado.

Kotler y Armstrong (2008) definen los elementos del FODA de la siguiente manera:

- a) Oportunidades es todo aquello que pueda suponer una ventaja competitiva para la empresa, o bien representar una posibilidad para mejorar la rentabilidad de la misma y aumentar las cifras de sus negocios.
- b) Amenazas se define como toda fuerza del entorno que puede impedir la implantación de una estrategia, reducir su efectividad, incrementar los riesgos de la misma, los recursos que se requieren, reducir los ingresos esperados o su rentabilidad.
- c) Fortalezas son capacidades, recursos, posiciones alcanzadas consecuentemente, ventajas competitivas que deben y pueden servir para explotar oportunidades

- d) Debilidades son aspectos que limitan o reducen la capacidad de desarrollo efectivo de la estrategia de la empresa, constituyen una amenaza para la organización y deben, por tanto, ser controladas y superadas.

➤ **7PS**

Según Philip Kotler (2015) define el análisis de las 7ps como el conjunto de herramientas tácticas controlables de marketing que la empresa combina para producir una respuesta deseada en el mercado objetivo. Es decir, que el marketing mix incluye todo lo que la empresa puede hacer para influir en la demanda, ya sea de su producto o servicio.

**a) PERSONAS:**

Este elemento del marketing mix es donde los individuos de la entidad emplean el beneficio de tener un personal altamente capacitado para poder brindar un servicio eficiente, siendo este un factor clave para que la empresa pueda diferenciarse de las otras.

Es importante que el recurso humano crea en el producto o servicio que vende, así dará paso a que ellos mismos hagan creer a los consumidores que está llevándose lo mejor y que ese bien o servicio va poder satisfacer la necesidad que desea cubrir.

**b) PRODUCTOS:**

Cuando se habla de "p" de productos hay que saber la diferencia que existe entre los bienes (tangibles) y servicios (intangibles) pero en ambos casos los clientes desean poder satisfacer sus necesidades y beneficios que les pueden generar cada uno de estos.

Cabe recalcar que el producto tiene un ciclo de vida, el cual experimenta es por ello que debe tener mejoras continuas que estén a la vanguardia de lo que las personas desean obtener.

**c) PLAZA:**

En este elemento se debe establecer un lugar estratégico para la ubicación de la empresa ya sea físicamente o por medio de tiendas en línea entre otras, también intervienen los diferentes modelos de negocios que posee la organización, los cuales dan apoyo a la experiencia, dando paso a lograr un grado de satisfacción en los consumidores.

**d) PRECIO:**

Las decisiones sobre el precio son de suma importancia para la organización como estrategia de marketing, este debe favorecer tanto a la empresa como a los posibles clientes siempre y cuando se tomen en cuenta los factores demanda, costos y competencia.

**e) PROMOCIÓN:**

En el caso de este elemento es donde la entidad se promociona de diferentes formas como lo son las redes sociales, página web entre otros, siendo estos medios los que le ayudan a poder mostrar los beneficios del producto o servicio y así mismo poder llamar la atención de los posibles clientes para que estos puedan adquirirlos, por ende, hay que hacer diferentes preguntas de acuerdo con las siguientes: ¿Cómo hacer llegar esa información? ¿Qué público recibirá esa publicidad? ¿Si se debe utilizar medios impresos? Entre otros.

**f) PROCESO:**

Es la manera en la cual una empresa ofrece los servicios en donde se destaca la eficacia con la que otorgan la información que los clientes quieren percibir, y la eficiencia con la cual los vendedores dan el mensaje a comunicar.

Este elemento tiene que llevar un desarrollo el cual permita que los consumidores puedan obtener el producto o servicio desde que entran al establecimiento hasta que salen y quedar con el deseo de volver.

**g) PRUEBA FÍSICA:**

Se basa en la forma en la cual producto o servicio tiene que cumplir con los atributos y características percibidas por el público de interés, también el lugar donde se distribuye y así generar una experiencia inolvidable, con un ambiente acogedor, limpio con instalaciones adecuadas para una mejor aceptación de los consumidores.

**➤ Análisis PEST**

Según (*Cerem International Bussines School, 2017*) el análisis del entorno PEST es una herramienta que permite prever tendencias en el futuro a corto y mediano plazo, ofreciendo a la organización un margen de acción más amplio y mejorando su capacidad para adaptarse a los cambios que se anticipan, también facilita los criterios objetivos para definir su posición estratégica y aporta información para aprovechar las oportunidades que se presentan en determinados mercados. Y esto se logra a través de la descripción de una serie de variables que darán pistas sobre el comportamiento del entorno en el futuro, a la misma vez facilita la

investigación y ayuda a las compañías a definir su entorno, analizando una serie de factores cuyas iniciales son las que le dan el nombre.

a) **Factores políticos- legales:**

Los factores políticos son los aspectos gubernamentales que inciden de forma directa en la empresa. Aquí entran las políticas impositivas o de incentivos empresariales en determinados sectores, regulaciones sobre empleo, el fomento del comercio exterior, la estabilidad gubernamental, el sistema de gobierno, los tratados internacionales o la existencia de conflictos internos con otros países actuales o futuros. También la manera de la que se organizan las distintas administraciones locales, regionales y nacionales. Los proyectos de los partidos mayoritarios sobre la empresa también se incluyen en este apartado (*Cerem International Bussines School, 2017*).

b) **Factores económicos:**

Los factores económicos son los que analizan los datos macroeconómicos, la evolución del PIB, las tasas de interés, la inflación, la tasa de desempleo, el nivel de renta, los tipos de cambio, el acceso a los recursos, el nivel de desarrollo y los ciclos económicos. También se deben investigar los escenarios económicos actuales, futuros y las políticas económicas. (*Cerem International Bussines School, 2017*).

c) **Factores socio-culturales:**

Los factores a tener en cuenta son la evolución demográfica, la movilidad social y cambios en el estilo de vida. También el nivel educativo y otros patrones culturales, la religión, las creencias, los roles de género, los gustos, las modas y los hábitos de consumo de la sociedad.

En definitiva, las tendencias sociales que puedan afectar el proyecto de negocio. (*Cerem International Bussines School, 2017*).

d) **Factores tecnológicos:**

Resulta algo más complejo de analizar debido a la gran velocidad de los cambios en esta área. Hay que conocer la inversión pública en investigación y la promoción del desarrollo tecnológico, la penetración de la tecnología, el grado de obsolescencia, el nivel de cobertura, la brecha digital, los fondos destinados a I+D, así como las tendencias en el uso de las nuevas herramientas tecnológicas. (*Cerem International Bussines School, 2017*).

### **1.2.17. Análisis de la competencia**

Al incursionar el mercado la existencia de otras entidades que se pueden convertir en un mayor reto con productos o servicios similares, debido a que se interactúa en un campo de mucho interés, la rivalidad es un factor externo que no se puede controlar donde hay que buscar un análisis que delimite de manera clara los tipos de desventajas que existen y las ventajas que tiene sobre lo que se ofrece y así poder crear diferentes tipos de estrategias en el mercado que permitan a la empresa entrar en una competitividad fortaleciendo sus servicios y productos siendo Art Code Studios la pionera en El Salvador y a su vez reducir el riesgo de presencia en el mercado por lo cual se ha definido que se hará un análisis profundo a través de las 5 fuerzas de Michael Porter.

### ➤ Matriz de las 5 fuerzas de Michael Porter

Según Michael Porter (2009): Comprender las fuerzas competitivas, así como sus causas subyacentes, muestra la rentabilidad actual de una industria al tiempo que ofrece un marco para anticipar e influenciar la competencia a lo largo del tiempo. La estructura saludable debería ser un aspecto competitivo a tener en cuenta por los estrategas, al igual que la posición de su empresa. Esta comprensión de la estructura de una industria también es fundamental para lograr un posicionamiento estratégico efectivo “La fuerza o fuerzas competitivas predominantes determinan la rentabilidad de una industria y se convierten en piezas clave del análisis y la formulación estratégica, si bien la fuerza más destacada no siempre salta a la vista”

Ver Figura 1.



**Figura 1: Las 5 fuerzas de Michael Porter**

Fuente: Recuperado de sitio web [definanzas.com](http://definanzas.com) las-cinco-fuerzas de Porter.com  
fecha: 01/ 04/18

### **a. Poder de negociación de los clientes**

Según Michael Porter (2009, pág. 46) expresa que los compradores son poderosos, ante los siguientes escenarios: si cuentan con influencia negociadora sobre los participantes en una industria, especialmente si son sensibles a los precios, porque emplean ese peso para ejercer presión en la reducción de los costes. Al igual que los clientes industriales, los consumidores tienden a ser más propensos al aumento de costos si compran productos indiferenciados, caros con relación a sus ingresos y si sus prestaciones son restringidas. La diferencia más importante con los consumidores es que sus necesidades pueden ser más intangibles y difíciles de cuantificar.

### **b. Rivalidad entre competidores**

Michael Porter (2009, pág. 48) afirma que la rivalidad al ser elevada limita el rendimiento de la industria porque se realizan las siguientes estrategias para aumentar su participación en el mercado puede ser una suma positiva, o incrementar la rentabilidad media de una industria, cuando cada competidor intenta cubrir las necesidades de distintos segmentos de clientes con mixes de precios, productos, servicios, características e identidades de marca. Esta competencia puede no solo favorecer una rentabilidad media más elevada sino también ampliar la industria ya que las necesidades de más grupos de clientes se satisfacen mejor.

La oportunidad de lograr una competencia de suma positiva será mayor en industrias que sirven a distintos grupos de clientes. Con una comprensión clara de los mecanismos estructurales de la rivalidad, a veces los estrategas pueden adoptar medidas para modificar la naturaleza de la competitividad hacia una dirección más positiva.

### **c. Amenaza de entrantes**

Un nuevo competidor en el mercado provoca en los negocios ya establecidos un aumento en el deseo de participación. Esto hace que disminuyan sus precios o que se inflen sus costos, ya que tienen que invertir más para mantener la misma cuota de mercado. Sin embargo, el ingreso de nuevos rivales dependerá de las barreras establecidas para su entrada. (Porter, 2008) Así pues, la amenaza de entrada marca un límite al potencial de beneficios de una industria. Cuando es real, los miembros deben reducir los precios o incrementar la inversión para detener a los nuevos competidores.

La amenaza de entrada en una industria depende de lo elevadas que sean las barreras de acceso y de la reacción que pueden esperar los aspirantes por parte de los miembros establecidos. Si estas son bajas y los recién llegados esperan pocas represalias de los competidores veteranos, la amenaza de entrada es mayor y la rentabilidad de la industria se vuelve moderada. El riesgo de este no es el hecho de si se produce o no, lo que sustenta la rentabilidad.

### **d. Poder de negociación de los proveedores**

Los proveedores pueden aumentar sus niveles de ingreso al vender sus productos con precios elevados. Sin embargo, también pueden utilizar estrategias para transferir los costes a los participantes, y de esta forma ahorrar costos.

Los proveedores poderosos, incluidos los que proporcionan mano de obra, pueden sacar la máxima rentabilidad de una industria que no pueda traspasar un incremento del coste al precio final. (Michael Porter, 2009, pág. 43) Concentrándose en la industria que vende, el

que no depende demasiado de este para obtener beneficios. Los participantes de una industria se enfrentan a fluctuaciones en los costes y a proveedores inestables, Los proveedores ofrecen productos que están diferenciados entre sí.

#### **e. Amenaza de productos sustitutos**

Según Porter, (2009) “Un sustitutivo realiza una función idéntica o similar a la del producto de una industria, pero de distinta manera” (pág. 47) del SEM, el SEO es gratuito en términos de que no hay que destinar un presupuesto para ello y no implica un costo que se deba pagar a Google, Bing o Yahoo!.

El SEO, en cambio, demanda recursos técnicos y especializados de profesionales que puedan proveer los servicios y herramientas indicadas para que el portal web ocupe los primeros lugares media vez que un usuario digite o busque información relacionada con los servicios y/o productos ofrecidos por el negocio.

### **1.2.18. Generalidades de la empresa**

#### **➤ MISIÓN:**

La misión de la empresa es el punto de partida de la actividad de la institución pues cuya definición tiene mucho que ver con el negocio de esta, establece la vocación para afrontar unos retos determinados y relaciona el aspecto racional de la actividad de la organización con el emocional o moral de la actuación de esta, expresando la razón de ser de la entidad y su objeto primordial. (Dirección Estratégica, edición 2.0, pág. 40). En Art Code Studios la misión es compartida por el personal y se demuestra en su comportamiento y se define de la

siguiente manera: “Art Code Studios busca convertirse en el epicentro de la industria de videojuegos en El Salvador y Centroamérica”

### ➤ **VISIÓN**

La visión de la empresa constituye un conjunto de representaciones tanto afectivas como racionales, que un individuo o un grupo de individuos asociada a una institución como resultado neto de las experiencias, creencias, actitudes, sentimientos e informaciones de dichos grupos como reflejo de la cultura de la organización en las percepciones del entorno (Dirección Estratégica, edición 2.0, pág. 39). En el caso de Art Code Studios “Ser la empresa de vanguardia en desarrollo de videojuegos para cualquier plataforma en la región.”

### ➤ **MARCA:**

Es la base sobre la que la empresa construye toda su estrategia de marketing con vistas al mercado creando una identidad clara, sólida, transmitiendo y convirtiendo en una imagen real en la mente de los consumidores, la cual corresponde con las características establecidas.

Según Sanz de la Tajada (1994) establece que es “el conjunto de representaciones mentales, tanto afectivas como racionales que uno o grupos de individuos hacia una marca concreta de un producto dado: representación que es el resultado de las experiencias, creencias, actitudes, sentimientos e informaciones que dicho grupo asocia a la marca en cuestión “

Kotler, Cámara, Grande y Cruz (2000) establece que es “la manera en que el público percibe a la empresa o sus productos”

Pese a la diferencia existente entre las distintas definiciones mostradas de forma general, todas ellas se caracterizan por entender la imagen como un concepto de recepción, complejo y multidimensional producto de los consumidores, debido a eso existen varios tipos de formar o crear una marca siendo lo siguientes;

**Logo o Logotipo:** este término es el más utilizado de la manera incorrecta debido a que muy frecuentemente suele ser confundido como marca o imagotipo. Sólo sería apropiado referirse a logotipo cuando se hable a formaciones de palabras. Logo significa palabra. Por tanto, no son logotipos todos aquellos identificado por ser formados por símbolos o iconos junto al texto, sólo aquellos que se limiten a la mera tipografía.

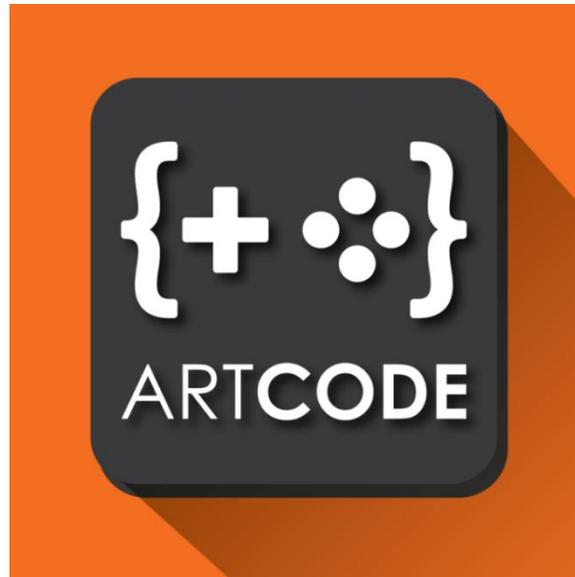
**Isotipo:** Se refiere a esta parte simbólica o icónica de las marcas siendo aquella que se reconoce sin necesidad de acompañarla de ningún texto. Etimológicamente "iso" significa "igual", es decir, se intenta equiparar un icono a algún aspecto de la realidad. Isotipo sería únicamente un símbolo y además éste sería entendible por sí mismo.

**Imagotipo:** es un conjunto icónico-textual en el que texto y símbolo se encuentran claramente diferenciados e incluso pueden funcionar por separado.

a) **ISOLOGO:**

Formada por isotipo y logotipo en una combinación inseparable, donde el texto (logotipo) y el símbolo (las dosoes) se integran en una imagen, siendo totalmente dependientes. En esta marca también incluye un claim (Dirección Estratégica, edición 2.0, pág. 39). En el caso de Art Code Studios, se puede observar que el isologo está representado por una imagen que

simula un control de consola de videojuego y a la vez tiene las letras de la marca de la empresa. Ver figura 2.



**Figura 2: Isologo de la Empresa Art Code Studio**

Fuente: Recuperado de Fan Page Art Code Studios con fecha: 01/04/18

➤ **COLORES:**

La teoría de los colores fue creada por el alemán Johann Wolfgang von Goethe (1810) y se basa en analizar el efecto en la percepción y la conducta humana por medio de productos, publicidad, sitios web y puntos de venta, entre otros, para influir en la decisión de compra de las personas y conseguir un incremento en las ventas.

Los colores se definen principalmente por dos factores: el efecto que tienen en el ánimo psicológico y en el significado cultural que le ha dado la sociedad desde sus orígenes donde se pueden identificar 3 tipos de colores en el isologo de la empresa que poseen, esto es con el fin de impactar en la vida de los usuarios donde se explican a continuación:

El logo de Art Code Studio posee tres colores a continuación se señala su significado y su análisis del por qué son utilizados para dicha empresa.

Anaranjado: transmite alegría, creatividad, éxito, amigable, social, seguridad, entusiasmo, diversión; por ende, este color muestra diversión a consumidores debido a la rama que representa que son videojuegos y entretenimiento donde puede sentirse cómodo al querer adquirir una nueva experiencia, no estará excluido o poco identificado si no que tendrá un ánimo positivo.

Negro: elegante, sofisticado, status; representa algo novedoso que al ser parte de este producto puede sentirse en un nivel social que lo represente y se le respeta por el hecho de pertenecer, sintiéndose el cliente único adquiriendo este producto

Blanco: equilibrio, tranquilidad, neutro; brinda al consumidor a su vez optimismo y simplicidad sintiéndose cómodo sin tener complicaciones en su vida diaria.

### **1.2.19. Análisis de la empresa**

La revolución de las nuevas tecnologías está logrando un fuerte impacto sobre la sociedad y la economía dando lugar a modificaciones en los distintos modelos de negocio tradicionales, este sector cada vez tiene mayor potencial industrial y crecimiento económico capaz de generar empleos de calidad; la rama de videojuegos como se analizará posteriormente es uno de los sectores tecnológicos con mayor proyección a nivel nacional.

Se trata de una industria de la que poco se conoce, pero se caracteriza como un pleno crecimiento por los diferentes cambios tecnológicos con los que día con día se realizan,

buscando mayores beneficios a la sociedad en las que los jóvenes no solamente satisfagan sus necesidades de ocio, así como también beneficios económicos.

En definitiva, a continuación, se dará a conocer las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas que Art Code Studio posee, pero por ser un sector con crecimiento económico e industrial a nivel nacional

### **1.2.20. FODA para la empresa Art Code Studios**

- **FORTALEZAS:**

F1. Art Code ayuda a culminar el proceso de aprendizaje en poco tiempo.

F2. Los estudiantes pueden trabajar rápidamente al terminar el proceso.

F3. Posee una novedosa y llamativa forma de aprendizaje.

F4. Materias que van de acuerdo al programa.

F5. No utiliza el método de evaluación ya conocido (exámenes) sino que trabaja en base a productos y proyectos porque así identifican más las destrezas y habilidades de los estudiantes.

F6. Los alumnos al terminar el curso tienen un portafolios y eso ayuda a poder tener un mejor curriculum.

F7. La empresa posee personal altamente calificado para el rápido aprendizaje.

- **OPORTUNIDADES:**

O1. Emprendedores que deseen incursionar al ámbito desarrollo y capacitación de videojuegos.

O2. Adopta fácilmente las nuevas tecnologías.

O3. Puede integrar una materia nueva si es necesario para que el proceso sea mejor.

O4. El personal que posee es muy bien remunerado a diferencia de otras instituciones

.

- **DEBILIDADES:**

D1. La empresa cuenta con un presupuesto mínimo.

D2. Por el momento no cuenta con una certificación como institución educativa.

D3. No cuenta con un capital para poder invertir en marketing llámese a esto campañas publicitarias, inbound marketing redes sociales entre otros.

D4. No es una empresa muy conocida y esto hace que sea un poco inferior ante la competencia.

D5. La empresa no posee un plan estratégico para poder hacer campañas publicitarias

- **AMENAZAS:**

A1. Que las instituciones educativas optaran por el mismo método de aprendizaje.

A2. El estigma que poseen algunas personas sobre este rubro.

A3. Instituciones en nivel superior brindando esta misma temática

### **1.2.21. Análisis PEST para Art Code Studios**

#### **a. Factores políticos- legales:**

Los factores políticos en una empresa pueden ayudar así mismo afectar a la hora de que se toman en cuenta ya que estos se rigen a las regulaciones legislativas como pueden ser los tratados comerciales, subvenciones entre otros.

Estos pueden afectar a la empresa ya que han surgido cambios de alcaldes y diputados en la Asamblea Legislativa mayor porcentaje son del partido ARENA en cuanto al FMLN lleva el segundo lugar, le sigue PCN, GANA, PDC, CD y el no partidario.

#### **b. Factores Económicos:**

La falta de liquidez y la baja en los niveles de consumo son los factores más preocupantes para el país, según la Organización Internacional del Trabajo proyectó para El Salvador una tasa de desempleo de 4.6% en 2018.

En la actualidad el factor económico es uno de los que están sufriendo cambios como lo son el alza y creación de nuevos impuestos, perjudicando las micro y pequeñas empresas, así como al nivel económico de la población salvadoreña generando así inflación y poco acceso a los recursos. El Salvador ya tiene sobre sus hombros una deuda de \$18,000 millones que tendrán que pagar tanto las actuales como las futuras generaciones, a tasas de interés de hasta el 8%, según datos del Banco Central de Reserva y el Ministerio de Hacienda. Desde hace 10 años el país se endeuda a un ritmo promedio de \$1,000 millones por año y en los últimos años tiene que pagar otros \$1,000 millones en amortización de capital e intereses por el dinero

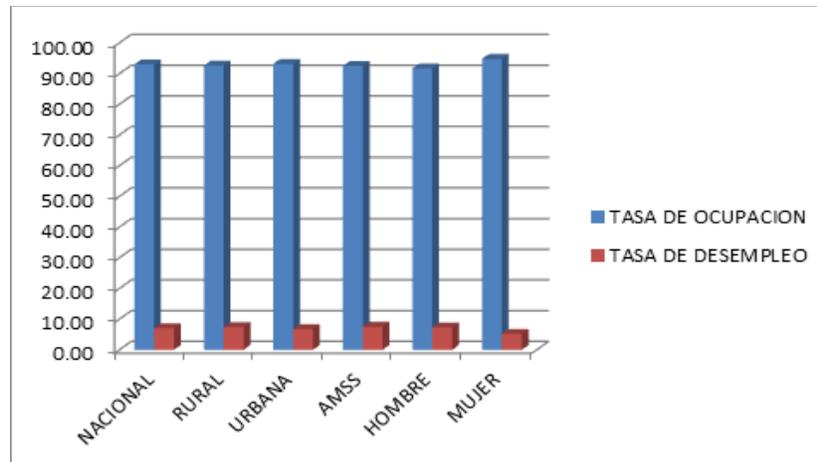
que ha tomado prestado. En 2007 la deuda total fue de \$8,652 millones, según las cifras del BCR, esta subió a \$18,150 millones. [elsalvador.com](http://elsalvador.com) (abril 2017).

Esto afecta en gran manera ya que hace que el país esté en un estado de subdesarrollo afectando más que todo a las MiPymes, las cuales dependen de financiamientos o inversión externa para llevar a cabo sus operaciones, y esto da paso a que las empresas no crezcan a tal grado se generen cortes de personal, entre otras cosas.

**c. Factores socio-culturales:**

El desempleo es uno de los principales aspectos socioculturales que afecta a El Salvador y las escasas oportunidades que existen en el país, donde se puede observar una nueva herramienta de visualización de datos de la OIT, en la cual se pueden consultar las estimaciones del organismo sobre mercado laboral de los diferentes países, señala que El Salvador pasará de un 4.5 % de desempleo en 2017 a un 4.6% en 2018.

Según la Encuesta de Hogares de Propósitos Múltiples (EHPM-2017), que realiza la DIGESTYC se puede observar en el gráfico siguiente (**Ver Tabla 1**) que hay un 7% de desempleo, esto quiere decir que de cada 100 personas 93 tienen alguna ocupación y 7 no están económicamente activas. También se muestra que en el Área Metropolitana de San Salvador (AMSS) existe un 7.5% específicamente de personas desempleadas.



**Tabla 1. Gráfico de tasa de desempleo según EHPM en 2017**

Fuente: Creación propia [EHPM\\_2017.pdf](#) fecha: 27/05/2018

En el mundo de los juegos se genera mucho estigma ya que las personas creen que promueve ocio, pérdida de tiempo entre otras cosas, esto se debe a que la gran mayoría de población que los utiliza son jóvenes que buscan poder entretenerse en algo y por lo general no tienen nada que hacer, estos están catalogados como “ninis” (jóvenes de entre 16 y 29 años que no estudian ni trabajan), aunque existe otro tipo de mercado que también usa los videojuegos en sus tiempos libres llamados generación “y” o millenials (Vinieron al mundo entre 1980 y 1994, algunas fuentes amplían esa horquilla al rango 1979-2000. Son hijos de Baby Boomers y también **se les conoce como nativos digitales** porque la evolución tecnológica había llegado a un punto en el que estaba siempre presente y desplegada por todos los ámbitos), también la generación “z” o los llamados centennials (Son las personas que comenzaron su andadura vital entre 1995 y 2012. **Comparten recorrido con inventos como el iPhone, YouTube o Skype.** De la misma manera, son contemporáneos de Windows 95 (con el incalculable impacto que ello supuso para la informática personal), así como el protocolo

IPV6 -que reemplazaba al IPV4 para seguir creciendo en la Red- o el lenguaje de programación orientado a objetos Java) Sin embargo, los juegos cada vez presentan temáticas más saludables. Ahora se puede cocinar gracias a ellos, hacer deporte, aprender idiomas o ejercitar la mente.

Durante los últimos años los cambios culturales que se están viviendo debido a las nuevas tecnologías, los adolescentes poseen más dependencia por los dispositivos tecnológicos como por ejemplo, los móviles, los ordenadores y las consolas de videojuegos, lo que determina una remarcada diferencia entre las culturas de los jóvenes y los mayores; Según la Asociación Española de videojuegos para el año 2014, el 40% de la población española son jugadores de las plataformas antes mencionadas, es decir 14 millones de personas se consideran aficionadas a los videojuegos, llegando a estimar una media de 5 a 7 horas semanales en jugar.

Es decir, la sociedad, las formas de vida, creencias así mismo diferentes condiciones culturales y educativas están cambiando de una gran manera, ya que antes los tiempos de ocio eran salir a jugar al parque y en la actualidad, cada vez son más los jóvenes que eligen quedarse en casa y disfrutar de su videojuego.

#### **d. Factores tecnológicos:**

Los videojuegos han ido evolucionando en gran medida el cual su principal diferencia es muy notoria entre las videoconsolas iniciales y las actuales en potencia de gráficos, calidad e innovaciones para jugar, tiempo atrás las personas jugaban en máquinas recreativas a juegos sencillos de lucha o de coches, en cambio, en la actualidad existen videojuegos muy complejos.

Estos factores ayudan grandemente en la industria de videojuegos ya que tienen que ver con el desarrollo de nuevos productos e innovaciones, Art Code Studios es una empresa muy abierta a la hora de adaptarse a la tecnologías modernas y el personal que la componen sabe que este componente está en constante cambio, y como uno de sus principales objetivos es que los estudiantes puedan culminar el curso de una forma rápida y fácil, en donde estos logren desarrollar sus productos o portafolios de forma innovadora.

No esta demás decir que la tecnología y la innovación son factores primordiales en muchos negocios, siendo esto la principal ventaja competitiva de muchas empresas ya sea por sacar nuevos modelos de producción o por innovar en los productos que se desarrollan. Todo gracias a la evaluación tan rápida y constante que tienen las tecnologías en la actualidad, donde en muchos sectores un producto puede quedar desfasado en menos de un año.

Por ende, los factores tecnológicos son determinantes en esta industria, solo hay que tomar en cuenta las tendencias que existen en la actualidad en el cual se mencionan las siguientes:

- “La realidad virtual”: este concepto consiste en producir una apariencia de realidad el que permite al jugador tener la sensación o estar inmerso con objetos o escenas que de apariencia real y formar parte del videojuego, pero son generadas por ordenador, esta tecnología sumerge al usuario en un entorno virtual de 360°, para lograrlo hacen uso de dispositivos tecnológicos varios como los visores (cascos, gafas)
- “La gamificación”: en la actualidad se han diversificado enormemente los métodos de enseñanza y las estrategias centros de aprendizaje que se utilizan dentro de las escuelas y otros centros educativos, aunque estos no son nuevos, han cobrado mayor

popularidad en los últimos años. Su importancia se centra en el enriquecimiento de los procesos de enseñanza y mejora de resultado para el aprendizaje de los alumnos.

- “Los serious games”: son aquellos cuyo objetivo principal no es la diversión o el entretenimiento, sino el aprendizaje o la práctica de habilidades. Su uso ha crecido sobre todo en sectores como educación, defensa, aeronáutica, la ciencia o la salud, su principal finalidad puede ser de lo más variada: desde entrenar a equipos de bomberos en situaciones de emergencia hasta la capacitación de un equipo de ventas, la enseñanza de matemáticas o la práctica de idiomas.

El principal objetivo de la gamificación y serious game es motivación de aprendizaje, pero existe una pequeña diferencia entre ellas la primera es un juego parcial mientras que la segunda son juegos completos.

### **1.2.22. Análisis de las 5 fuerzas de Porter para Art Code Studios**

El modelo de Porter constituye una metodología de análisis estándar para investigar acerca de las oportunidades y amenazas que tiene una empresa a la hora de estudiar la industria en la que realiza su actividad. Según Michael Porter (2009, pág. 46) expresa, que los compradores son poderosos, el grado de atractivo de una industria viene determinado por la acción de cinco fuerzas competitivas básicas que, en su conjunto definen la posibilidad de obtención de rentas superiores ante los siguientes escenarios:

### **A. Poder de negociación con los clientes**

- Los precios no son tan accesibles, sin embargo, para el tipo de capacitación que dan es necesaria la inversión ya que están adoptando las nuevas tecnologías.
- Poseen una forma factible de pago sin interés para que el cliente adquiriera su servicio de una manera más inmediata
- Se establecen vínculos de estrecha colaboración con sus empleados, proveedores, distribuidores y otros, para en conjunto, brindarles a sus clientes: un valor superior
- Ofrecen sus servicios de capacitación de manera personalizada, dando esto una alta importancia al cliente.

### **B. Rivalidad entre competidores**

Para una empresa será más difícil participar en un mercado donde los competidores estén muy bien posicionados, sean muy numerosos y los costos fijos sean altos, pues constantemente tendrá que enfrentar guerras de precios, campañas publicitarias agresivas, promociones y entrada de nuevos productos.

Porter (2009, pág. 48) afirma que la rivalidad, al ser elevada, limita el rendimiento de la industria porque, se realizan las siguientes estrategias para aumentar su participación en el mercado:

- La Universidad Francisco Gavidia como competidor en la creación y desarrollo de videojuegos con los mismos precios que Art Code Studios
- Hacen publicidad en diferentes medios digitales y tradicionales el cual abarca y atraen por ser una institución reconocida a nivel nacional.
- Poseen un posicionamiento bastante aceptable ante los usuarios, ya que ellos plantean la formación como una ingeniería, lo que permite que los posibles clientes prefieran desarrollarse de esa manera.

### **C. Amenaza de entrantes**

Un nuevo competidor en el mercado provoca en los negocios ya establecidos un aumento en el deseo de participación. Esto hace que disminuyan sus precios o que se inflen sus costos, ya que tienen que invertir más para mantener la misma cuota de mercado. Sin embargo, el ingreso de nuevos rivales dependerá de las barreras establecidas para su entrada. (Porter, 2008)

- Los emprendedores que están empezando a incursionar en el ámbito en el cual puedan ofrecer las mismas temáticas, pero con un mayor plus en las capacitaciones de desarrollo de videojuegos.

#### **D. Poder de negociación de los proveedores**

Los proveedores pueden aumentar sus niveles de ingreso al vender sus productos con precios elevados. Sin embargo, también es posible utilizar estrategias para transferir los costos a los participantes, y de esta forma lograr disminuir. (Porter, 2009, pág. 43)

- Alianzas con el Banco Agrícola que da la oportunidad de financiamiento, donde Art Code Studio como el proveedor se genera rentabilidad mutua
- USAID contribuye a una alianza con enfoque social para niños de escasos recursos
- Las universidades privadas llegan a ser una entidad muy importante para el crecimiento del desarrollo de Art Code Studios

#### **E. Amenaza de productos sustitutos**

Según Porter, (2009) “Un sustitutivo realiza una función idéntica o similar a la del producto de una industria, pero de distinta manera” (pág. 47).

Los productos sustitutos pueden llegar a ser una gran amenaza para la empresa, debido a que reducen la rentabilidad invisibilizando el nombre de Art Code Studios en el mercado.

- La amenaza del producto sustituto del servicio de Art Code Studios son los que dan capacitaciones de esta rama y los que se capacitan por sí solos en programas a través de plataformas digitales como YouTube.

### **1.2.23. Análisis de las 7ps para Art Code Studio**

Es importante para las empresas poder identificar los diferentes elementos del marketing mix los cuales son: producto, precio, promoción, plaza, personas, prueba física y procesos que a continuación se determinaran para la empresa Art Code Studios.

#### **➤ PERSONAS:**

En muchas ocasiones, los clientes valoran la calidad en el servicio que reciben con base a la evaluación que hacen del personal que proporciona dicho servicio, además los clientes suelen hacer juicio de otros, con lo que se encuentran al estar adquiriendo o consumiendo un servicio según (Christopher Lovelock, 2004)

Por consiguiente, Art Code Studio cuenta con un personal apto para poder dar capacitaciones y desarrollos de videojuegos, entre ellos se encuentran programadores, especialistas en audio, arte, comercialización y diseños de juegos que abarcan todo el proceso de aprendizaje; el segmento al que está enfocado es de personas en edades de 12 años en adelante ya que como lo mencionaba un socio de la empresa la edad no es impedimento para poder aprender.

➤ **PRODUCTOS:**

Según Philip Kotler: "Cualquier cosa que se pueda ofrecer en el mercado para su atención, adquisición, uso o consumo y que puede satisfacer una necesidad o anhelo. Incluye objetos materiales, servicios, personas, lugares, organizaciones e ideas".

Mientras que para Joao Da Costa: "Es un conjunto de atributos, tangibles e intangibles, que pueden satisfacer una necesidad o un deseo del consumidor. Dichas características están vinculadas con el color, precio, empaque, prestigio y servicios tanto del fabricante como del distribuidor.

Art Code Studio posee un servicio de capacitación para la realización de videojuegos el cual consta de cinco módulos los cuales se encuentran detallados de la siguiente manera: (ver figura a continuación)



**Figura 3: Publicidad de Art Code Studios**

Fuente: Recuperado de fan page de Art Code Studio, fecha 19/08/2018

- El primer módulo se trata de la comercialización de los videojuegos y ahí se pueden ver los diferentes modelos de monetización, el tema de la propiedad intelectual y las herramientas que se utilizan para poder comercializar los videojuegos. (Ver figura 4)

unity | {+ .}

**SUBÍ DE NIVEL  
CON ARTCODE**

**CURSO DE  
DESARROLLO DE  
VIDEOJUEGOS 2D**

**MÓDULO 1**  
COMERCIALIZACIÓN DE VIDEOJUEGOS.

**Objetivo:**  
Conocer modelos de monetización, propiedad intelectual y herramientas que nos permitan comercializar los videojuegos creados.

- Mercado global y estrategias para videojuegos
- Emprendimientos
- Generación de ingresos
- Free to play
- Clash of clans
- Analíticas de juego
- Propiedad intelectual

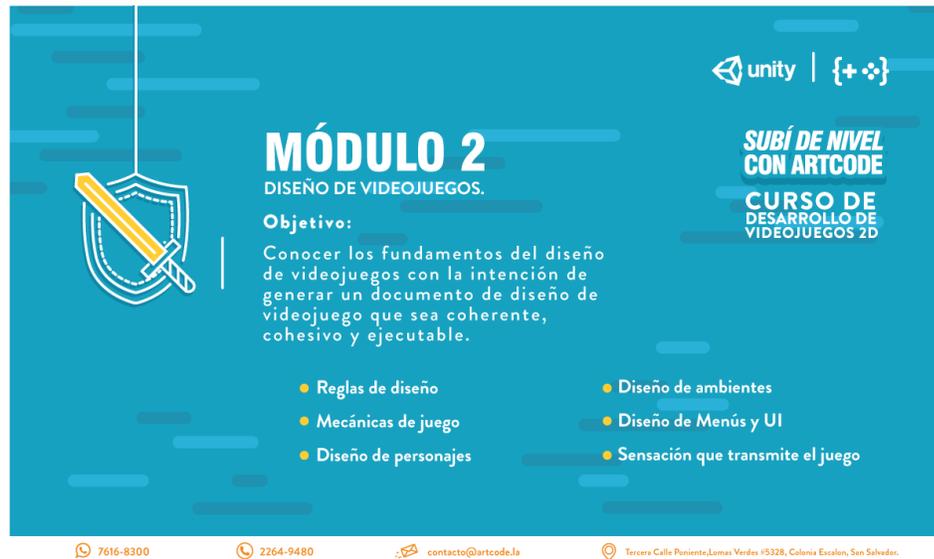
7616-8300    2264-9480    contacto@artcode.la    Tercera Calle Poniente, Lomas Verdes #5328, Colonia Escalon, San Salvador.

**Figura 4: Modulo 1 enfocado en comercialización de videojuegos**

Fuente: Recuperado de fan page de Art Code Studio, fecha 02/05/2018

Este módulo pretende conocer la manera de como poder comercializar los videojuegos, iniciando por la propiedad intelectual la que consiste en la legislación que protege las creaciones, patentes, el derecho de autor y las marcas, procura fomentar un entorno propicio para que prosperen la creatividad y la innovación, además consiste en dar una nueva imagen sobre el mercado global y estrategias para videojuegos por medio de emprendimientos así poder generar ingresos dando a conocer las analíticas de videojuegos y sus diferentes ramas.

- El segundo módulo consiste en conocer los diferentes fundamentos básicos del diseño que este pueda ser coherente, cohesivo y ejecutable en los videojuegos. (Ver figura 5)



**Figura 5: Módulo 2 enfocado en Diseño de videojuegos**

Fuente: Recuperado de Fan Page Art Code Studios fecha: 02/05/18

En el módulo 2 su principal objetivo es dar a conocer las reglas del diseño, del cual tenga un concepto, se pueda comunicar y no decorar escogiendo los colores con un propósito recordando que es un lenguaje visual, así como mecanismo de juego dentro de ellos se harán diseños de personajes, ambientes, menús y (UI) que significa el Interfaz de Usuario es el punto de interacción entre el usuario y el videojuego.

Su objetivo es brindar la información necesaria para que el usuario interactúe con fluidez durante el juego. Guiará al usuario de manera directa o intuitiva, para que pueda accionar y recorrer la narrativa correctamente es una de las sensaciones que transmiten el juego.

- En el tercer módulo se pone a prueba las habilidades que tiene un programador de videojuegos tomando en cuenta las reglas y los sistemas que se deben utilizar. (Ver figura 6)

unity | {+·:}

## MÓDULO 3

PROGRAMACIÓN DE VIDEOJUEGOS

**Objetivo:**  
Conocer los fundamentos de la programación con el lenguaje C# orientada a objetos con la intención de crear reglas y sistemas que complementen a sus videojuegos.

- Introducción a la programación orientada a objetos
- Programación con el lenguaje C#
- Tipos de datos, Objetos
- Interfaz de Unity
- Funciones básicas
- Clases.

SUBÍ DE NIVEL CON ARTCODE  
CURSO DE DESARROLLO DE VIDEOJUEGOS 2D

7616-8300 2264-9480 contacto@artcode.la Tercera Calle Poniente, Lomas Verdes #5328, Colonia Escalon, San Salvador.

**Figura 6: Módulo 3 enfocado en programación de videojuegos**

Fuente: Recuperado de Fan Page Art Code Studios fecha: 02/05/18

Donde se podrán observar la Introducción a la programación orientada a los objetos, programación con el lenguaje C para programadores, en el sentido de que proporciona una gran flexibilidad de programación tipos de datos, deja bajo la responsabilidad del programador acciones que otros realizan por si mismos interfaz de Unity, funciones básicas y clases objetos.

- El cuarto módulo es donde se aprende a poder utilizar las diferentes herramientas para la creación de videojuegos en 2D y así poder implementar las diferentes técnicas y elementos que los componen. (Ver figura 7)



**Figura 7: Módulo 4 enfocado en el arte de videojuegos**

Fuente: Recuperado de Fan Page Art Code Studios fecha: 02/05/18

En este módulo 4, su objetivo principal es conocer los fundamentos del arte de videojuegos, los personajes y del mundo de estos como la interfaz en la que el usuario posee, en este se puede visualizar las técnicas que debe realizar, que sea amigable y entendible para el público a utilizar el videojuego, ya que serán terceras personas las que harán interacción con el producto terminado.

- El siguiente y ultimo módulo se explican los fundamentos del diseño sonoro ya que este es parte fundamental para que un juego sea inolvidable, en este se ven las diferentes técnicas de creación de audio y música. (Ver Figura 8)

unity | {+ ✨}

## MÓDULO 5

SONIDO DE VIDEOJUEGOS

**Objetivo:**  
Conocer los fundamentos del diseño sonoro y la música en videojuegos, aprender a usar las herramientas de creación de audio y música de videojuegos e implementar las técnicas creando elementos que componen un proyecto de videojuegos.

- Introducción al diseño sonoro en videojuegos
- Foley y diseño de audio aplicado (uso de compresores, saturación, distorsión, EQ y síntesis digital)
- Fundamentos de la música en el cine y los videojuegos
- Dirección artística sonora y buenas prácticas de desarrollo (creación de cues sonoros, loops y formatos de audio).

7616-8300    2264-9480    contacto@artcode.la    Tercera Calle Poniente, Lomas Verdes #5328, Colonia Escalon, San Salvador.

**Figura 8: Módulo 5 enfocado al sonido de videojuegos**

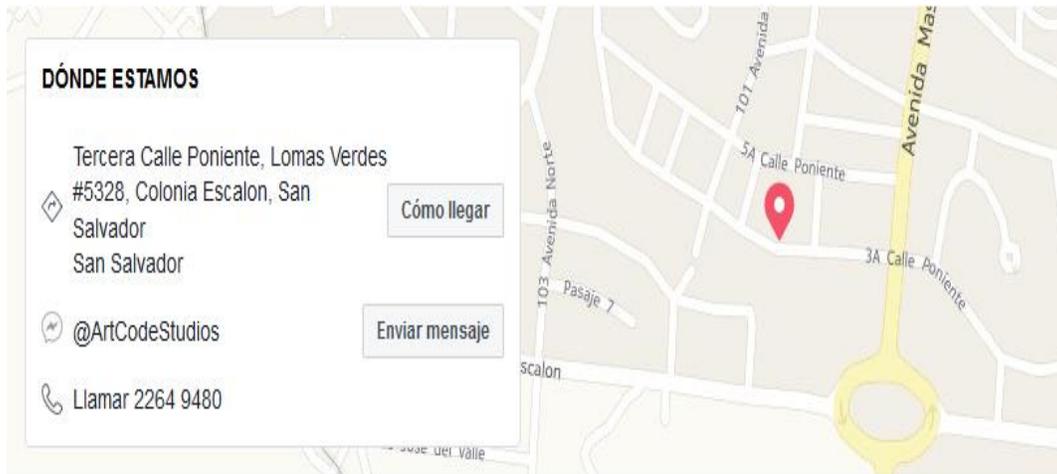
Fuente: Recuperado de Fan Page Art Code Studios fecha: 02/05/18

Se observará introducción al diseño sonoro en videojuegos, faley y diseño de audios aplicado (uso de compresores, saturación, distorsión, EQ y síntesis digital). Ver Figura 6.

➤ **PLAZA:**

Según Kotler (2008) para poder llegar al mercado existen herramientas con características y funciones diferentes que son utilizadas, algunas de estas son los denominados canales de marketing; conformados por comunicación, distribución y de venta.

Para este caso en particular se utilizará el canal de distribución el cual será el lugar a desarrollar la capacitación está ubicado en Tercera Calle Poniente, lomas verdes #5328, Colonia Escalón, San Salvador (Ver figura 9)



**Figura 9: Ubicación geográfica de Art Code Studios**

Fuente: Recuperado de Fan Page Art Code Studios fecha: 05/05/2018

Además de la ubicación, poseen publicidad y promociones mediante las redes sociales donde fácilmente puede ponerse en contacto con la empresa para la facilidad de adquirir sus productos y servicio para tener un mejor contacto con las promociones que ofrecen la empresa ellas se encuentra el sitio web, Facebook, Twitter e Instagram en el cual constantemente manteniendo informado al público de las nuevas tendencias, las capacitaciones que van lanzando y de las cuales pueden aprovechar para formarse como creadores y desarrolladores de videojuegos.

➤ **PRECIO:**

Para Philip Kotler y Gary Armstrong (2008), el precio es la cantidad de dinero que se cobra por un producto o servicio. Es decir, el precio es la suma de los valores que los consumidores dan a cambio de los beneficios de tener o usar el producto/servicio, por el cual para Art Code Studios cada uno de los módulos que desarrolla la empresa es el siguiente:

Costo: \$165 al mes + \$30 matrícula

Duración: 5 meses

Este costo se adapta tanto a la empresa como a su segmento de clientes ya que se sabe que todo lo relacionado a las nuevas tecnologías y la especialización que esta formación tiene, sin embargo, Art Code Studios cuenta con un beneficio el cual pueden optar con un financiamiento al que los estudiantes pueden adquirir con una facilidad de pago con el apoyo del Banco Agrícola con el cual están aliados

➤ **PROMOCIÓN:**

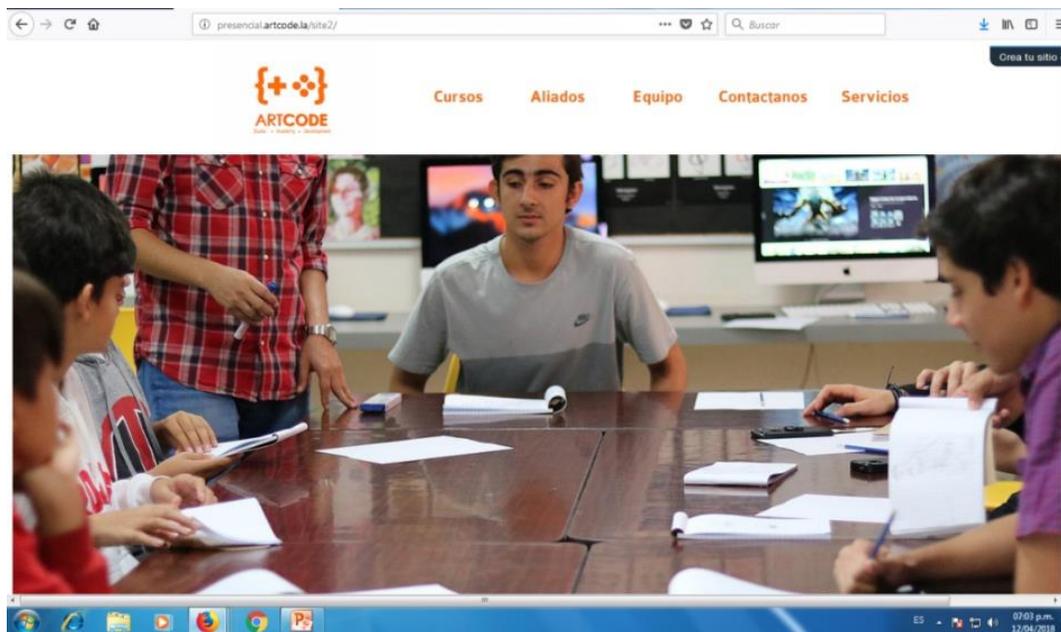
Según Stanton, Etzel y Walker (2007), determinan como todos los esfuerzos personales e impersonales de un vendedor o representante de este para informar, persuadir o recordar a una audiencia objetivo de esa manera Art Code Studio se promociona a través de medios digital de “Facebook” llamada ART CODE STUDIOS ya que estos es uno de los medios sociales más utilizados en la actualidad. (Ver figura 10)



**Figura 10: Captura de pantalla de la fan page de Art Code Studios**

Fuente: Recuperado de Fan Page Art Code Studios Fecha: 05/05/2018

La empresa posee también una página web en donde se puede encontrar información sobre los cursos aliados los fundadores entre otras cosas. (Ver figura 11)

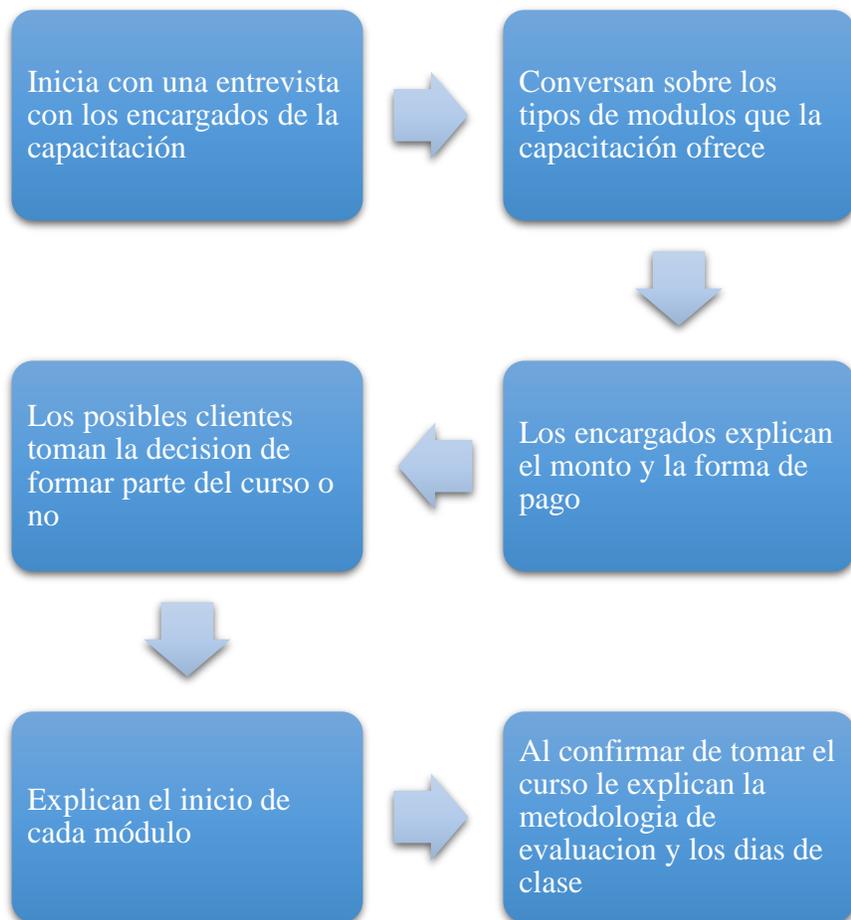


**Figura 11: Captura de pantalla de la página web de Art Code Studios**

Fuente: Recuperado de Página web Art Code Studios Fecha: 05/05/2018

➤ **PROCESO:**

Los procesos es la manera en la cual una empresa ofrece los servicios en donde se destaca la eficacia, factibilidad con la que pueden dar la información que los clientes quieren percibir y la eficiencia con la cual los vendedores dan el mensaje a comunicar a los usuarios interesados en el servicio o producto. (Ver figura 12)



**Figura 12: Proceso de adquisición de capacitación de desarrollo de videojuegos**

Fuente: Creación propia en base al proceso la capacitación Fecha: 06/05/2018

### ➤ PRUEBA FÍSICA:

Lo que es fácil de validar en el mundo real es muy complicado en el mundo digital. Por lo cual es muy importante tener la evidencia física ante cualquier sitio web, perfil de redes sociales, la calidad, el diseño, los certificados, avales e interacción con los clientes.

Como prueba física se muestra una de las publicaciones de la página de Facebook de Art Code Studio en donde se está promocionando el curso y desarrollo de videojuegos y se puede ver que no tiene mucha interacción y poder de alcance de likes es mínimo. (Ver figura 13)

The image shows a Facebook post from 'Art Code Studios' dated January 12, 2018. The post is a promotional graphic for a 'CURSO DE DESARROLLO DE VIDEOJUEGOS 2D' (2D Game Development Course). The graphic has a blue background and features the text 'SUBÍ DE NIVEL CON ARTCODE' (Level up with ArtCode) and 'unity | {+} {+} {+}'. It specifies the start date as 'SÁBADO / 27 / ENERO / 2018' and the hours as 'SÁBADOS 9:00 - 17:00'. The course is divided into five modules: 'MÓDULO 1 Comercialización de videojuegos.', 'MÓDULO 2 Diseño de videojuegos.', 'MÓDULO 3 Programación de videojuegos.', 'MÓDULO 4 Arte de videojuegos.', and 'MÓDULO 5 Sonido de videojuegos.'. The Facebook interface shows 5 likes, 2 shares, and 1 comment. The post text reads: 'Desarrolla tus habilidades gamers en el nuevo Curso de Desarrollo de videojuegos. ¡Sé parte del equipo #ArtCode!'.

**Figura 13: Publicidad del curso de capacitación de desarrollo de videojuegos**

Fuente: Recuperado de Fan Page Art Code Studios fecha: 06/05/2018

### **1.3. Diagnóstico digital**

#### **1.3.1. Análisis de activos digitales de la competencia**

La era digital se ha vuelto un activo muy importante hacia las empresas ya que con ellas pueden desarrollar estrategias digitales por medio de las herramientas tecnológicas, en la cual en la actualidad es una opción eficiente y rápida para atraer a su target o mercado meta por medio de las redes sociales que ayudan a transmitir la información de manera inmediata y contribuye hacer un mecanismo de comunicación directa con el cliente.

Art Code Studio identifica como competidores a organizaciones que ofrecen el mismo servicio con la visión de cumplir el mismo objetivo, es por ello que asocia como competencia a la Universidad Francisco Gavidia que está orientado a la creación y desarrollo de videojuegos, al profundizar el análisis del competidor se identifica que está manejando casi los mismos activos digitales que Art Code Studio utiliza. Tomando en cuenta los siguientes:

#### **♪ Sitio web**

Conjunto de páginas web que guardan una correlación entre sí, pertenecientes dentro de un dominio de internet específico, que es frecuentemente conocido como World Wide Web (WWW), al cual se accede lógicamente con conexión a esta red lejana, utilizando un navegador. <https://sistemas.com/sitio-web.php>



**Figura 14: Sitio web Universidad Francisco Gavidia**

Fuente: Recuperado de la página web de la UFG fecha: 30/07/18

Al realizar un análisis de la página web de la Universidad Francisco Gavidia, se logra identificar que dentro de su identidad como objetivo principal su información de interés entre ellos las carreras, las tecnologías con la que cuentan y calidad que los caracteriza como organización.

Además, en la página se observan noticias sobre los acontecimientos a futuro como por ejemplo: alianzas con empresas, participaciones de seminarios, concursos entre otros que permiten interactuar, generando confianza e impacto con el público objetivo a dirigirse.

### 🎵 Facebook

Se logra identificar que la fan page de la Universidad Francisco Gavidia mantiene un considerable número de like (actualmente posee 43,325) en el cual se denota que este activo

digital es muy competitivo, por lo que existe gran probabilidad de seguir incrementando el número de seguidores.

El contenido que la Universidad comparte es muy dinámico por lo que permite que el público se interese por la información generando así interacción constante con los fans de la página.

(Ver figura 15)



**Figura 15: Fan page Facebook, Universidad Francisco Gavidia**

Fuente: Recuperado de la fan page fecha: 30/07/18

## 🎵 Twitter

Universidad Francisco Gavidia se unió a esta red en mayo de 2017, a la fecha posee 7,731 seguidores y 44 me gusta, dentro de sus publicaciones se puede observar que han sido noticias relevantes y de mucho interés entre ellas conferencias, certámenes de oratoria, diplomados, cabe destacar que este activo digital no está siendo relevante para el público objetivo ya que la interacción con los seguidores es poca además de mencionar que cada tweet que se realiza

la participación del público es muy deficiente, sin embargo posee un tráfico de personas alto y con mucho potencial de explotar este activo digital.

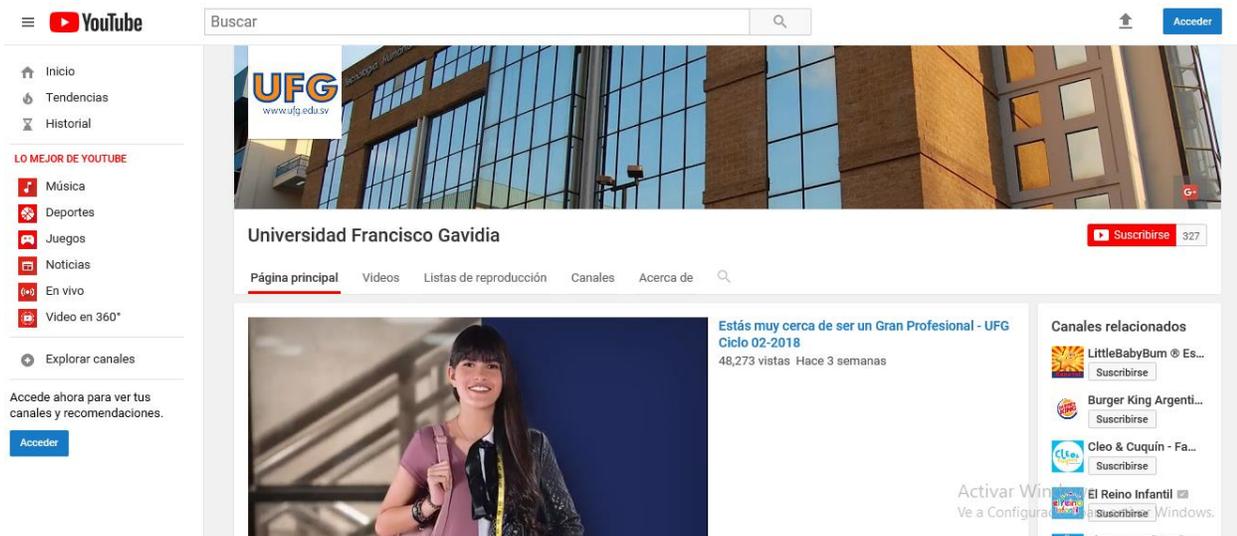


**Figura 16: Cuenta de Twitter, Universidad Francisco Gavidia**

Fuente: Recuperado de la página de Twitter de la UFG fecha: 30/07/18

## 🎵 YouTube

En cuanto a esta red, es notable la poca interacción del público ya que es deficiente el uso que esta herramienta puede hacer en tema de promoción de actividades, a la fecha nada más cuenta con 327 suscriptores, en el cual a simple vista que dicha herramienta no ha sido aprovechada lo suficiente, para la Universidad Francisco Gavidia sería oportuno que sus esfuerzos en marketing digital se enfoque en aquellas técnicas que permitan que su público se mantenga en constante comunicación y participación.



**Figura 17: Cuenta de Youtube, Universidad Francisco Gavidia**

Fuente: Recuperado del canal de Youtube de la UFG fecha: 30/07/18

### 1.3.2. Análisis de activos digitales de la empresa.

Al realizar un análisis de los activos digitales que Art Code Studios utiliza para dar a conocerse con el público objetivo, mediante las distintas redes sociales se pueden identificar las siguientes.

#### a. Sitio web

Al realizar una revisión de la web, se utilizó la herramienta Woorank el cual permite analizar con relación al SEO (Search Engine Marketing Professional Organizarion) el cual destaco que carece de palabras claves, no existe un blog al cual puedan visualizar para conocer más de la empresa, en cuanto a los títulos tiene alto impacto sin embargo es necesario una mejora para lograr mayor posicionamiento buscando así mejores resultados.

Es de su mucha importancia tomar en cuenta que esta herramienta permite conocer los vacíos en el cual se puede destacar que no se encontraron enlaces rotos que es favorable para la empresa ya que evita a los visitantes dirigirlos a una página inexistente.

En relación con el sitio web móvil se determina que se encuentra bien configurada de tal manera que el visitante tenga acceso ya que el diseño web es adaptable al equipo móvil.

El número de personas que utilizan internet móvil está creciendo continuamente, es por ello por lo que el sitio web debe de visualizarse de forma atractiva en los dispositivos. (Ver Figura 18).



**Figura 18: Sitio web de Art Code Studios**

Fuente: Recuperado de la página web de Art Code Studios fecha: 30/07/18

#### **b. Facebook.**

Esta herramienta sin lugar a duda ha sido de las más aprovechadas por parte de Art Code Studios, sin embargo, es posible sacar mayor provecho de este medio digital.

De lo cual se logra identificar que cuenta con 13,829 personas en la actualidad que les gusta la fan page en cuanto a la página de inicio con base a la herramienta Like Alyzer es aceptable en un 100% debido a que la primera impresión mediante la foto de perfil y de portada son los aspectos claves, además cuenta con la información de la academia, una breve descripción acerca de la página y que espera si eligen seguirla en Facebook.

Cuenta con un 88% acerca de la información proporcionada a los visitantes brindando la comunicación y el contexto de esto, lo cual permite a los usuarios ponerse en contacto con la página o encontrar fácilmente una forma de obtener más datos.

El nivel de actividad de acuerdo con el análisis es de un 92% en el cual la publicación por día es de un 0.5 más sin embargo al usuario es necesario mantenerlo informado y así aumentar el nivel de participación.

Cuentan con un nivel alto de Respuesta es decir un 100% es decir que se encuentran activos a responder a todo usuario con las dudas que les surjan. (Ver figura 19)

The image shows a screenshot of the Facebook fan page for Art Code Studios. On the left is the profile picture with the Art Code logo and the name 'Art Code Studios' with the handle '@ArtCodeStudios'. Below it is a navigation menu with options: Inicio, Publicaciones, Opiniones, Videos, Fotos, and Información. The main content area shows a post from 'Art Code Studios' dated '19 de marzo'. The post text reads: '¡NUEVO CURSO DE DESARROLLO DE VIDEOJUEGOS! Las experiencias son tan importantes como el aprendizaje teórico y práctico. Con el nuevo curso de desarrollo de videojuegos para plataformas móviles y PC te brinda la oportunidad de participar en el Certamen PIXELS Videos Tradicionales. ¡No te quedes sin participar! 🤓👍'. Below the text is a video thumbnail with the text 'DESARROLLO DE VIDEOJUEGOS PARA PLATAFORMAS MÓVILES' and 'CLASH ALZADO'. At the top right of the page are buttons for 'Me gusta', 'Compartir', and 'Enviar mensaje'. On the right side, there is a search bar and a summary section for 'Art Code Studios' showing 'Educación en San Salvador', a 4.7 star rating, and 'Abierto ahora'. Below that is a 'Comunidad' section with 'A 13.829 personas les gusta esto' and '13.808 personas siguen esto'. At the bottom right is an 'Información' section with a map showing the location in San Salvador, El Salvador.

**Figura 19: Fan page de Art Code Studios**

Fuente: Recuperado de la fan page de Art Code Studios fecha: 30/07/18

### c. Twitter

Si bien es cierto esta es una herramienta muy utilizada pero para el público al cual se dirige no genera el impacto esperado, esto debido al poco contenido para el público, las publicaciones que realiza en esta red son con un mensaje que aprenda cada día más mediante la tecnologías en cuanto a programación y desarrollo de videojuegos, es importante destacar que es necesario reforzar las estrategias para aumentar el número de seguidores y se logre interés por parte de las personas a tomar el servicio que la compañía ofrece. (Ver figura 20)



**Figura 20: Página de Twitter de Art Code Studios**

Fuente: Recuperado de cuenta de Twitter de Art Code Studios fecha: 30/07/18

### d. Instagram.

Para Art Code Studios es uno de los activos digitales poco visitados por las personas, esto podría deberse a que no cuentan con técnicas específicas para mejorar los objetivos de la organización, si bien es cierto es una red actualmente popular pero no se dirige exactamente al público objetivo



**Figura 21: Página de Instagram de Art Code Studios**

Fuente: Recuperado de cuenta de Instagram de Art Code Studios fecha: 30/07/18

- **Determinación del Target.**

El segmento al cual está dirigido el producto de Art Code Studios es para chicos, Jóvenes y adulto-joven con imaginación visual y con habilidad de trabajar con especificaciones y programas altamente complejos con la siguiente segmentación.

- **Segmentación Demográfica.**

Significa dividir el grupo con base a la edad, sexo, ingresos, generación, clase social, religión y nacionalidad de lo cual lo más tradicional es segmentar un mercado combinando dos o más variables demográficas (Dirección de Marketing, primera edición 2002 página 148)

De acuerdo con que Art Code Studios es una industria en desarrollo y programación de Video Juegos se ha determinado que las personas que requiere la atención son clasificados en los siguientes perfiles:

**a- Mercado meta (Padres de familia)**

Es importante aclarar que en este segmento los padres de familia son los que tienen las posibilidades y el poder adquisitivo de pagar un curso especializado para la creación y desarrollo de videojuegos, pero los participantes en este caso son los hijos. (Ver tabla 2).

***DEMOGRÁFICOS***

<b><i>Ingreso</i></b>	Superior a \$1,500.00
<b><i>Edad</i></b>	35 años a 55 años
<b><i>Género</i></b>	Masculino - Femenino
<b><i>Ciclo de vida familiar</i></b>	Casados, con hijos, divorciado, viudo
<b><i>Clase social</i></b>	Media Alta
<b><i>Escolaridad</i></b>	Estudio Superior
<b><i>Religión</i></b>	Indiferente

**Tabla 2 factores demográficos del mercado meta (padres de familia)**

Fuente: Creación propia fecha: 30/07/18

## b- Profesionales Graduados

Segmento de profesionales con poder adquisitivo, pero con enfoque de aprender o capacitarse para saber de este rubro.

### *DEMOGRÁFICOS*

<i>Ingreso</i>	Superior \$1,000.00
<i>Edad</i>	30 años a 45 años
<i>Género</i>	Masculino – Femenino
<i>Ciclo de vida familiar</i>	Solteros
<i>Clase social</i>	Media Alta
<i>Escolaridad</i>	Estudio Superior
<i>Religión</i>	Indiferente
<i>Ocupación</i>	Profesional

Tabla 3

**Factores demográficos del mercado meta (profesionales graduados)**

Fuente: Creación propia fecha: 30/07/18

### **c- Gobierno**

Se toma en cuenta el segmento del Gobierno, ya que, de cierta manera al apoyar este tipo de capacitaciones, permitiría aumentar la economía en el país debido al apoyo que brindarían para que cientos de jóvenes que se prepararan y lograrían así encontrar un empleo o crear su propia empresa de esta manera explotar el potencial y la tendencia que la tecnología está tomando para avanzar en la industria creadora de videojuegos en el país.

- **Tipo de industria**

Art Code Studios, es una empresa de Creación y desarrollo de Video Juegos que tiene como fin capacitar y desarrollar expertos en programación y desarrollo de la mejor manera, generando una excelente oportunidad en el mundo de los video juegos, buscando objetivos alcanzables a través de contenidos creativos que permitan trabajar como diseñadores gráficos, animadores, publicistas y desarrolladores de aplicaciones.

Esta industria está integrada por profesionales programadores, diseñadores que su objetivo principal es compartir sus conocimientos proporcionándole a los estudiantes lo último disponible en tecnologías en hardware y software para estar siempre a la vanguardia y de esa manera contribuir con el desarrollo del país.

- **Geografía.**

Tomando en consideración los segmentos a los que apunta el plan de marketing digital, se puede denotar que el público geográficamente se encuentra de la siguiente manera:

***GEOGRÁFICOS***

<i>Localización</i>	Zona metropolitana de San Salvador
---------------------	------------------------------------

**Tabla 4 Factores geográficos**

Fuente: Creación propia fecha: 30/07/18

- **Generación y Motivaciones**

**Generación.**

Debido al segmento específico de Art Code Studios, es necesario nombrar por generaciones para atender la necesidad de atender las necesidades de cada una de ellas y tener un amplio panorama y mejor claridad para la medición.

Para iniciar con el análisis detallamos las características de las generaciones:

➤ **Baby Boomers (1945-1964)**

- Nacieron en los años posteriores a la segunda guerra mundial, y llevan su

nombre por el inusual repunte en las tasas de natalidad. (“baby boom”)

- El trabajo es lo más importante.
- Valora la productividad.
- La mujer se incorpora definitivamente al mercado laboral. Cambio en el modelo tradicional de familia.

➤ **Generación X (1965-1981)**

- Sufrieron grandes cambios.
- Vida analógica en su infancia y digital en su madurez.
- Vivieron la llegada de internet. Acepta las reglas de la tecnología y conectividad.

- Es la generación de la transición. Con mayor fricción con las que vienen (Y,Z)

➤ **Generación Y (1982-1994)**

- Llamados Millennials.
- No conciben la realidad sin tecnología.
- La calidad de vida tiene prioridad
- Con iniciativa propia, son emprendedores.
- Generación que usó más tipos de tecnología para entretenimiento: Internet, SMS, Reproductor de CD, MP3, MP4, DVD entre otros.

Cada generación ha sido formada mediante las tendencias de su tiempo a través de las novedades y acontecimientos presentados a esto se le suma que la comunicación la cual toma un papel importante en la transformación de la percepción de las generaciones, la publicidad es un factor con mucho peso a raíz de esto debe estar dirigida y orientada al objetivo principal de manera clara.

La tecnología a través de los videojuegos se ha convertido en una industria mundial ya que genera millones de puestos de trabajo y valiosos ingresos factor determinante del crecimiento económico, es por ello que la generación tomada para este análisis son los Baby Boomer el cual está dirigido para los padres de familia ya que para ellos la productividad es lo más importante.

Mientras que la generación X vivieron la llegada del internet y aceptaron la tecnología y la conectividad, Si bien es cierto la industria creativa en videojuegos aprovechan elementos tanto del ámbito de la tecnología como creatividad artística, haciendo combinación de la expresión de la imaginación con la tecnología más avanzada, es por ello que para atraer a su público objetivo es de suma importancia intensificar los esfuerzos de comunicación y estrategias de marketing que permita generar mayor interés.

Por último la Generación Y se puede mencionar que los medios de comunicación masivos como la televisión siguen tomando peso como medio principal donde los consumidores conocen el producto, sin embargo buscan más información por otras fuentes para informarse,

adicional para esta generación de hace imprescindible respaldar los comerciales de tv o las piezas de publicidad tradicional, en donde con una correcta y efectiva estrategia digital es por el cual se dice que tiene una gran labor pues no solo se basa en publicidad digital si no en las experiencias de otros consumidores ya que para ellos contar con la publicidad de boca en boca tiene mucha influencia.

### ➤ **Motivaciones**

La generación Baby Boomers, Valora más el trabajo y la experiencia para ellos cuenta y es importante muy importantes la responsabilidad y compromiso, buscan que el servicio o producto que adquieren lo refleje por lo que, al momento de adquirir son muy cuidadosos en particular estas son las características principales por las cuales se ven motivados.

.

La Generación X: Se conoce como la que tiene conocido como que tiende a ser de mucha confianza por sí mismo, son personas escépticas y muy creativas son muy introvertidos, su motivación sea el gusto que tengan ellos mismos no a la tendencia que se encuentre en ese momento, a como dé lugar tiene más peso lo que les parece y defienden sus decisiones.

La Generación Y (MILLENNIALS): Se puede mencionar que los medios como la televisión sigue siendo el medio principal donde los consumidores conocen del producto de esta generación podemos mencionar, pero no solamente se quedan con los medios tradicionales si no que buscan a través de los medios digitales mediante las redes sociales.

- **Aspiraciones y Objetivos**

Luego de analizar las motivaciones de la generación Baby Boomers, se llega a la conclusión que lo que aspiran y esperan de Art Code Studios es un producto o servicio de calidad, que se acomode justo a lo que necesitan, pues de obtener buenos resultados permitirá y representara para la empresa fidelidad de parte de este consumidor.

La generación X: Por ser una generación independiente y más segura de sí misma, su objetivo primordial es conocer las tendencias de las tecnologías a aplicar para la creación de las capacitaciones para el desarrollo del videojuego, no perdiendo de vista que la atención es lo principal para ellos.

Los Millennials; Comprobar mediante la compra que tanto la publicidad digital como las recomendaciones toman peso y son verificadas, a tal punto que espera que la marca satisfaga las expectativas propuestas.

En cuanto a las aspiraciones por parte de los padres a sus hijos es, el nivel de enseñanza y la calidad en la cual la empresa brinda mediante a especialistas en la creación y desarrollo de videojuegos, además de especializarse en poco tiempo, con la seguridad que al finalizar el curso se le brindara un portafolio validando así lo aprendido en la academia.

- **Actitud y Comportamiento**

Baby Boomers: El comportamiento de esta generación busca trascender esto se debe al título universitario por tal motivo están acostumbrados al respecto, la autoridad del cual valoran la productividad y esfuerzo, de igual forma lo esperan del producto.

Generación X: Sus características y el comportamiento lo hacen especial dado que estos son desconfiados, por lo que su elección en productos Art Code Studios será evaluada sin factores más que su propia experiencia y conocimiento.

El comportamiento de esta generación X es optimista, además de creativos y aprovechan el tiempo con familia y amistades, son propensos al consumo, por lo que en conclusión el producto que les satisfaga no debe quitarles mucho tiempo para poder adquirir.

## **1.4. Investigación**

Para que la investigación se desarrolle adecuadamente y que los resultados obtenidos tengan validez y respaldo, es necesario contar con un método que garantice, por medio de un proceso lógico y ordenado, lo antes expuesto

### **1.4.1. Tipo de Investigación**

Es por ello que el tipo de investigación a desarrollarse será cualitativo en donde se ha tomado de base el método de grupos de enfoque tradicionales (Focus group) mediante entrevista enfocada y focalizada donde se dirige a situaciones e individuo concreto, caracterizado y

señalado por formar parte de la situación a investigar; para este caso se desarrolla en forma grupal donde ofrece oportunidades de conocimiento y de análisis será individual no ofrece.

#### **1.4.2. Unidad de Análisis**

La unidad de análisis será Art Code Studio, ubicada en Tercera Calle Poniente, Lomas Verdes #5328, Colonia Escalón, San Salvador, San Salvador.

Los sujetos de estudio serán, los padres de Familia (es decir de los que se obtendrá la información)

Para esta investigación se desarrollarán focus group (grupos de enfoque) a realizar y la metodología serán de la siguiente manera:

1. A los profesionales que cumplan con el perfil
2. Grupos de interés.

La metodología para la obtención de la información se desarrollará de la siguiente manera, con un total de seis focus group de 6 a 10 personas máximas en donde se dividirán en tres grupos los sujetos de estudio para este caso se realizarán (2 focus group para los padres potenciales) (2 focus group los que poseen estigma sobre los videojuegos) y (2 focus group a los grupos de interés)

#### **1.4.3. Universo y Muestra**

Por el tipo de investigación cualitativa a realizar no se tomará una muestra representativa ya que, según Malhotra, Naresh K (Página 343)

El muestreo por juicio es una forma por conveniencia, en el cual los elementos de la población se seleccionan con base criterio del investigador, el cual lo utiliza para elegir a los elementos que se incluirán en la muestra, porque considera que son representativos de la población de interés, o que de alguna otra manera son adecuados.

En el cual para esta investigación mediante el desarrollo y la obtención de la información se determinará los elementos a entrevistar.

#### **1.4.4. Instrumento y técnicas a utilizar en la investigación**

Se tomará como instrumento La entrevista para la recolección de datos, se eligió la entrevista debido a que es uno de los instrumentos más valiosos para la obtención de la información, ya que mediante a este se perciben las actitudes y la conducta de las personas a quienes se les aplique y la técnica a utilizar será focus group (grupo focal) en donde se convocara grupos de 6 a 12 personas para obtener una amplia variedad de información sobre ideas, opiniones, actitudes y motivaciones de los participantes

Es uno de los métodos más utilizados en la investigación, mediante esta una persona (entrevistador), solicita información a otra (entrevistado)

Antes de iniciar entrevista, se le brindará una introducción en la que se explique el objetivo de esta, con el fin de que el entrevistado se muestre accesible y hable con confianza al saber que la información que proporciona no generará inconvenientes.

Como primer punto se entrevistará a uno de los dos socios de Art Code Studio para conocer con más detalle como inicio a incursionar en el mercado salvadoreño de la creación y

desarrollo de videojuego hasta a la actualidad; Como segundo punto se realizará focus group para la obtención de datos de acuerdo a nuestro perfil a investigar.

#### **1.4.5. Procesamiento de la información**

Luego de obtener la información mediante la encuesta realizada al socio de Art Code Studios y los grupos de enfoque, se registrará la información en un software llamado SPSS en donde la finalidad es analizar y comprender el porqué de la investigación, y poder generar así conocimiento.

#### **1.4.6. Análisis e interpretación de los datos procesados**

El proceso para el análisis y la interpretación de los datos a través de recolección de datos a través de la entrevistas enfocada y focalizada como primer punto; será necesario revisar el material/información y datos que obtuvo en su forma original (audios, documentos, etc.) de manera que se denominará bitácora de análisis el cual es una herramienta fundamental y su función principal generar un registro del proceso analítico de la información, posterior se ingresará toda la información al software SPSS, una vez transcrito el material lo ideal es volver a explorar y revisar todos los datos procesados para tomar el sentido lógico, a través de la bitácora de análisis luego se realizará la interpretación de los datos para conocer las razones de la problemática que Art Code Studio se encuentra en el mercado de la creación y desarrollo de videojuegos.

## **CAPITULO II: RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN DE CAMPO**

### **2.1. Resultados de la investigación**

#### **2.1.1. Sistematización de información del trabajo de campo**

En la actualidad existen dos grandes corrientes desde donde se enfocan los procesos investigativos, ellos son el enfoque cuantitativo y enfoque cualitativo.

Según Hernández Sampieri (2005), para el cualitativo lo que nos modela es un proceso inductivo contextualizado en un ambiente natural, quiere decir que el investigador busca revelar los datos que tienen los fenómenos investigados en la mente de la gente, esto se debe a que en la recolección de datos la establece una estrecha relación entre los participantes de la investigación sustrayendo sus experiencias e ideologías en detrimento del empleo de un instrumento de medición predeterminado.

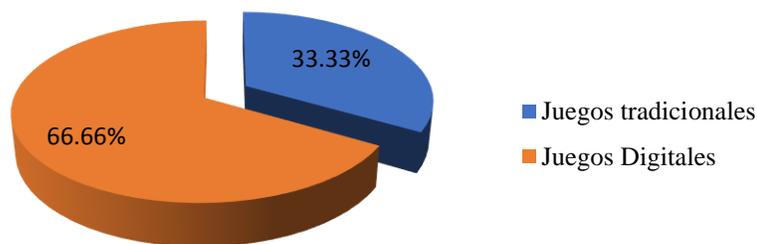
Este enfoque se caracteriza también por la conceptualización de las preguntas de investigación y por la no reducción a números de las conclusiones sustraídas de los datos, además busca sobre todo la dispersión de la información en contraste con el enfoque cuantitativo que busca delimitarla. Con el enfoque cualitativo se tiene una gran amplitud de ideas e interpretaciones que enriquecen el fin de la investigación. El alcance final del estudio consiste en comprender un fenómeno social complejo, más allá de medir las variables involucradas, se busca entenderlo.

Para la investigación realizada para Art Code Studios se obtiene información al estudiar las percepciones, gustos de los clientes y posibles consumidores de la empresa, esta información se tomará mediante dos grupos focales en el cual a los participantes se le hará una serie de preguntas para conocer las diferentes opiniones para obtener los datos requeridos para cumplir con los objetivos planteados de la investigación.

Además, se entrevistó al socio de Art Code Studios esto con el propósito de obtener información interna y sus percepciones acerca de las estrategias que han utilizado para atraer a sus clientes.

#### ➤ **Tablas**

1. ¿En la actualidad sus hijos se divierten con los mismos juegos que usted en su infancia?



Opciones	Frecuencia	Ponderación %
Juegos tradicionales	2	33.33%
Juegos Digitales	4	67%
<b>TOTAL</b>	<b>6</b>	<b>100%</b>

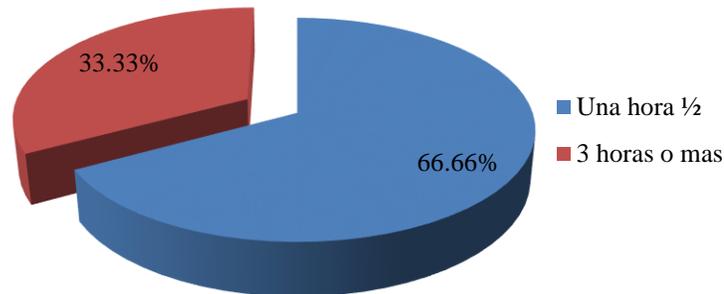
### **Interpretación:**

El 66.66% de los entrevistados indican que sus hijos se divierten con videojuegos mediante laptop, computadores o Tablet ya que en la misma actualidad mencionan que no es posible recrearse fuera de casa, lo preferible es tenerlos seguros dentro del hogar, mientras que el 33.33% del resto de los padres han tratado que sus hijos se desarrollen y crezcan no perdiendo las tradiciones de sus padres.

### **Análisis de la información:**

Entre los encuestados mencionaban que han buscado la manera que sus hijos crezcan bajo el mismo pensamiento, que no solamente con una consola se diviertan, sino que también mediante los juegos tradicionales, pero los resultados arrojan a que los videojuegos son la atracción de todos los jóvenes en la actualidad, ya que es una era donde las redes sociales, aplicaciones y videojuegos están en auge y esto a hincapié que los adolescentes se sumerjan en ellos.

2. ¿Cuánto tiempo pasan sus hijos en la computadora o celular? ¿Qué hace?



Opciones	Frecuencia	Ponderación %
1 ½ horas	4	66.66%
3 horas o mas	2	33.33%
<b>TOTAL</b>	<b>6</b>	<b>100%</b>

### Interpretación

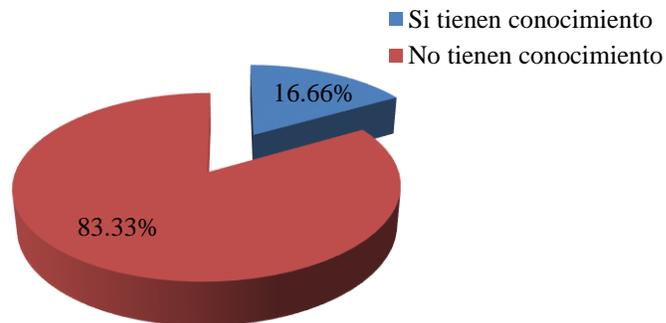
El 33.33% de los entrevistados mencionan que sus hijos el tiempo que le dedican es de 1 ½ horas según acuerdo entre ambos, mientras que el 66.66% el tiempo estimado es de 3 horas o más ya que algunos lo toman como método educativo que les permite que sus hijos se desarrollen y aprendan mediante los juegos.

### Análisis de la información

Los padres mencionaron que sus hijos pasan un tiempo determinados ya sea en teléfonos móviles, laptop o computadoras ya que por motivos de la situación en la que se encuentra el país ellos prefieren que los jóvenes no salgan a exponerse en las afueras de sus colonias,

pasajes o cercanías de su vivienda y es por ello que optan por estos instrumentos para pasar el tiempo libre en sus casas.

3. ¿Ustedes saben que videojuegos juegan su hijo/a? ¿Conoce cómo se llaman?



Opciones	Frecuencia	Ponderación %
<b>Si tienen conocimiento</b>	1	16.66%
<b>No tienen conocimiento</b>	5	83.33%
<b>TOTAL</b>	<b>6</b>	<b>100%</b>

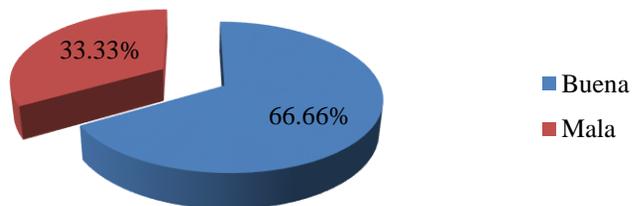
#### **Interpretación:**

El 83.33% de los padres no conocen los videojuegos en los cuales se divierten sus hijos, mientras que el 16.66% menciona que sus hijos se entretienen en los siguientes juegos fortnite, ninjago, minecraf.

### Análisis de la información:

Por cuidado y control de los padres sobre sus hijos dijeron que, si tienen conocimiento de los videojuegos con los que se divierten y de esa manera evitar que puedan acceder a sitios no aptos para ellos, de igual manera mencionan que hay juegos que le exigen hacer un pago para poder acceder a ellos, por tal motivo ellos tienen el control de cuáles son los que están aptos y los que no.

4. ¿Cuál es la percepción que tienen acerca de los videojuegos? ¿Por qué creen eso?



Opciones	Frecuencia	Ponderación %
Buena	4	66.66%
Mala	2	33.33%
<b>TOTAL</b>	<b>6</b>	<b>100%</b>

### Interpretación:

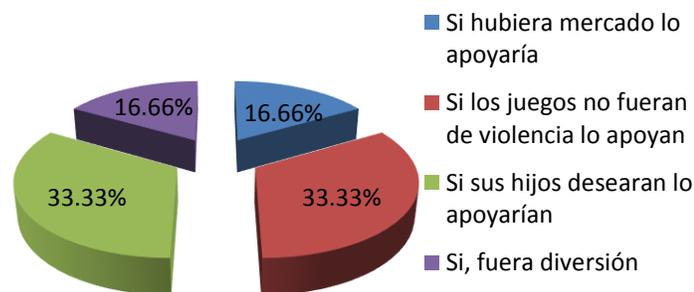
El 66.66% comentan que la percepción que tienen de los videojuegos es buena ya que les permite a sus hijos desarrollarse y contribuye educativamente porque aprenden, mientras que

el 33.33% menciona que es malo porque en algunos videojuegos utilizan un lenguaje no adecuado y afecta con el crecimiento de sus hijos.

### Análisis de la información

Los padres están conscientes que la rama de la tecnología va avanzando grandemente, así como el mercado de los videojuegos y a lo largo del tiempo van siendo utilizados no solo como un pasatiempo, sino que las empresas también los estas incluyendo en sus campañas para poder captar más clientes y darse a conocer por medio de ellos, por eso mencionaron que si es utilizado para fines de aprendizaje o educativos y no solamente como un hobby u ocio son buenos.

5. ¿Pondrían ustedes a sus hijos a programar videojuegos ¿Cuál es la causa de ello?



Opciones	Frecuencia	Ponderación %
Si hubiera mercado lo apoyaría	1	16.66%
Si los juegos no fueran de violencia lo apoyan	2	33.33%
Si sus hijos desearan lo apoyarían	2	33.33%
Si, fuera diversión	1	16.66%
<b>TOTAL</b>	<b>6</b>	<b>100%</b>

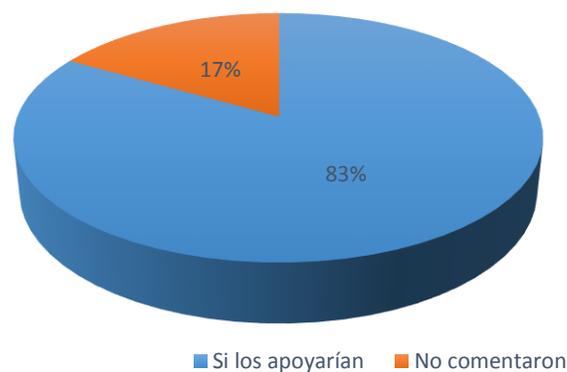
### Interpretación:

El 16.66% menciona que, si lo apoyaría en cuanto a diversión, mientras que el otro 16.66% indica que si hubiera mercado potencial con gusto tendría todo el apoyo, en cuanto al 33.33% si los juegos no le generan violencia y esto afecte en la vida o crecimiento de su hijo el 33.33% restante determina que apoyarían al hijo de ser que él/ella lo desee.

### Análisis de la información

La mayoría de los padres mencionan que si brindarían el apoyo ya sea que sus hijos tuvieran el deseo de formarse en esa rama, pero otro punto muy importante que si tuvieran más conocimiento que existe mercado para explotar esta industria con mayor gusto lo harían.

6. ¿Si sus hijos les comentaran que quieren especializarse en esta rama los apoyarían? ¿Por qué?



Opciones	Frecuencia	Ponderación %
Si los apoyarían	5	83.33%
No comentaron	1	16.66%
<b>TOTAL</b>	<b>6</b>	<b>100%</b>

### **Interpretación:**

El 83.33% menciona que si los apoyarían siempre y cuando ellos tuvieran el deseo y el talento para especializarse.

### **Análisis de la información:**

Si bien es cierto muchos padres de familia poseen un concepto que los videojuegos son una pérdida de tiempo, pero para este caso indican que de aprovechar estas capacitaciones y ellos especializarse están con todo el deseo de apoyarlos y ser personas profesionales y con futuro.

#### ➤ **Análisis general de los resultados de la investigación**

Al analizar las opiniones que cada una de las personas manifestó, se pudo ver que la empresa Art Code Studios posee grandes características, siendo la pionera en dar capacitaciones sobre videojuegos en el país, a esto sumándole que es un mercado nuevo e innovador y que probablemente vaya creciendo y pueda tener un impacto tanto en los jóvenes como en la economía.

Al sumergirse en este tema se notó la falta de conocimiento hacia este rubro, siendo este la principal causa de que la entidad no tenga tanta demanda de clientes añadiéndole también la mala percepción que tienen las personas hacia el tema de los videojuegos, ya que cuando se les mencionaba hablar de estos, lo primero que se les venía a la mente era que solo se podían utilizar para perder el tiempo, para ocio o para la gente que no tiene nada en que aprovechar su tiempo, y esto repercute en la probabilidad de que los jóvenes no accedan al estudio y desarrollo de los ya antes mencionados.

A pesar de lo antes mencionado Art Code Studios posee ventajas ante otras instituciones que imparten cursos acerca de videojuegos o algo similar, ya que la forma en la que los jóvenes reciben las clases es dinámica, flexible ya sea en horarios y en los maestros que están para solventar cualquier duda u observación que tengan, también los resultados se ven rápidamente ya que se basan más en lo práctico que en lo teórico y es por ello que las personas que han estudiado o actualmente están recibiendo las capacitaciones, quedan conformes y recomiendan a otros que estén interesadas en este tipo de rubro, y que deseen aprender algo diferente, o que guste adaptarse a nuevas tecnologías.

También se observó que la empresa se promociona en diferentes redes sociales como Facebook, Instagram, Twitter y cuenta con la página web desde el año 2013, pero aun así no ha podido captar nuevos clientes, por la falta de publicaciones que deberían ser más llamativas, no utiliza muchos videos según las opiniones que dieron algunos de los jóvenes que actualmente están activos en los cursos y que a ellos se les dificultó encontrar información sobre el tema por los medios electrónicos comunes.

Esto quiere decir que la falta de apoyo e interés hacia los diferentes medios en los cuales se promociona ha afectado en gran mayoría para que los posibles consumidores no posean conocimiento de que existan este tipo de capacitaciones, en donde se pueden desarrollar libremente y poner en práctica las diferentes habilidades que tienen para adaptarse a las nuevas tecnologías e incursionarse no solo jugando sino también poder crear algún tipo de videojuegos.

Otra cosa que llama la atención al hablar de este tema son los precios, ya que usualmente todo lo que tenga que ver con tecnología y creación de estos puede tener un alto costo ya que las herramientas que se utilizan lo demandan, por eso mismo Art Code Studios posee un mecanismo de pago con facilidad para que las personas que quieran acceder a los cursos y no tengan los medios para poder adquirirlos tengan una manera factible como lo es las cuotas sin intereses con la cual la organización ha hecho alianza con el Banco Agrícola, por lo tanto Art Code Studios ha tomado en cuenta algunas de las debilidades que posee como empresa.

## **2.2. Infográficos**

### **2.2.1. Conceptualización**

Las infografías son ante todo una forma de comunicar información compleja, combinando texto, imágenes y diseño de una manera muy visual, que la hace potencialmente viral el cual es útil para mostramos la información de una forma ordenada y esquemática, donde se destaca la información más importante de una forma más atractiva de exponer un tema, el cual facilita la lectura y es más fácil recordar los datos al ser un contenido único, que permite diferenciarse.

### 2.2.2. Características

Para el autor **Valero Sancho (2000)** expone que la infografía tiene estas ocho características:

- Que de significado a una información plena e independiente.
- Proporciona la información de actualidad suficiente.
- Permita comprender el suceso acontecido.
- Contenga la información escrita con formas tipográficas.
- Mantenga elementos icónicos precisos.
- Pueda tener capacidad informativa suficiente y sobrada para tener entidad propia que realice funciones de síntesis o complemento de la información escrita.
- Facilite cierta sensación estética, no imprescindible.
- No contenga errores o faltas de concordancia

### 2.2.3. Clasificación

Entre las infografías existen los siguientes tipos

- Presentación de proyectos
- Publicitaria
- Corporativa
- Didáctica
- Informativa.

De acuerdo con la investigación el infográfico a utilizar será publicitario con el fin de transmitir conceptos de forma clara y visual, el cual se pueden categorizar según su objetivo o las ventajas que se pretende obtener de ellas.

## 2.2.4. Infográficos de la investigación





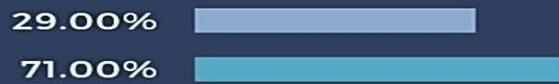
# ESTADISTICAS CON LAS REDES SOCIALES



EL 71%, SON LOS FANS DE ART CODE STUDIOS



MIENTRAS QUE EN UN 29% SE ENCUENTRAN LAS MUJERES COMO FANS EN FACEBOOK E INSTAGRM



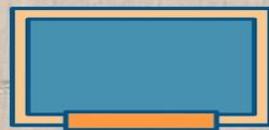
## USER DEMOGRAPHICS



## ¿Que beneficios tendria su hijo/a al capacitarse en Art Code Studios?



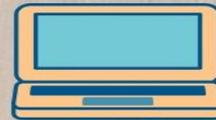
Desarrollarse profesionalmente y obtener estabilidad laboral



Aprendizaje desde pequeño mediante los videojuegos



Desarrollo de habilidades y aumento de creatividad



Resolver una tematica mediante videojuegos

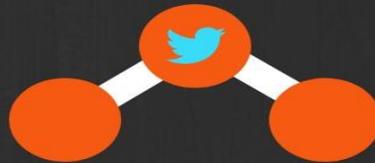


Aprendizaje innovador y a la vanguardia que permita explotar un mercado potencial

[WWW.BEYOUMAKEUP.COM](http://WWW.BEYOUMAKEUP.COM)



## ¿COMO CONOCIERON ART CODE STUDIOS?



A traves de redes sociales  
conocieron de Art Code Studios  
como academia con un 50%



Con un 16.67% observando las  
diferentes campañas en centros  
educativos



33.33% a traves de referencias  
de amigos que ya recibieron un  
diplomado en Art Code Studios.



### 2.3. Descripción general de la situación digital actual de la entidad.

Actualmente Art Code Studios cuenta con página de Facebook, Instagram, Twitter y Página Web, dichos medios son donde realizan la publicidad, dan a conocer sus cursos y algunos beneficios que como empresa poseen, sin embargo el alcance no es tan alto debido a que la empresa no cuenta con un community manager ni con estrategias de marketing para poder manejar sus redes sociales, la empresa no es muy conocida a nivel local, utilizan únicamente Facebook e Instagram dejando de lado el uso de la plataforma Twitter y la página web lo que limita el alcance en medios digitales reduciendo así el alcance a su público meta.

#### 2.3.1. Página de Facebook

##### ➤ Total, de me gusta de la página Facebook



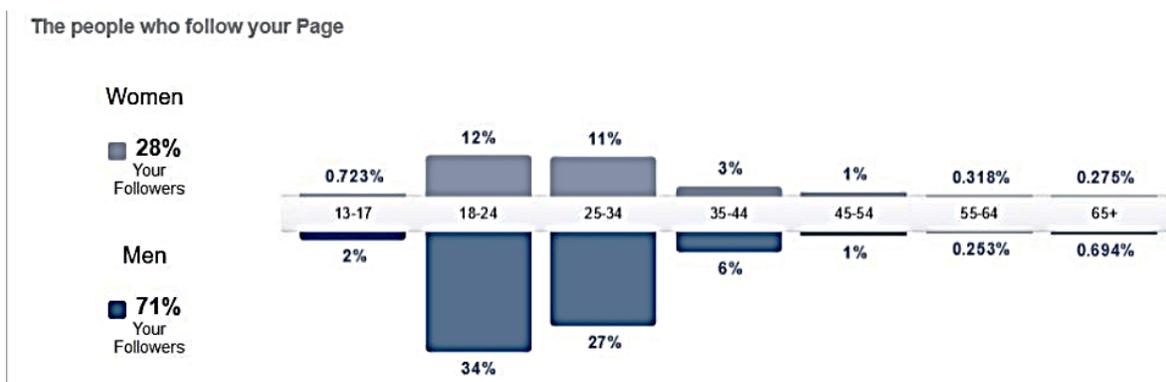
**Figura 22: Página de Facebook de Art Code Studios**

Fuente: Recuperado de cuenta de Facebook de Art Code Studios fecha: 05/09/18

## Análisis de total de me gusta en la página de Facebook

Conforme a los datos presentados de la página de Facebook de Art Code Studios desde sus inicios en el 2013 hasta el 05 de septiembre de 2018, cuenta con 13,826 seguidores una cifra a pesar de tener 5 años desde su fundación es algo reducida desde que iniciaron, en los últimos meses se ha tenido un aumento considerablemente bajo en sus nuevos fans, siendo un crecimiento lento lo que se debe de tomar en cuenta que los tiempos de las publicaciones debe de ser más constante y de esta manera lograr más interacciones.

### ➤ Fans en Facebook de Art Code Studios



**Figura 23: Página de Facebook de Art Code Studios**

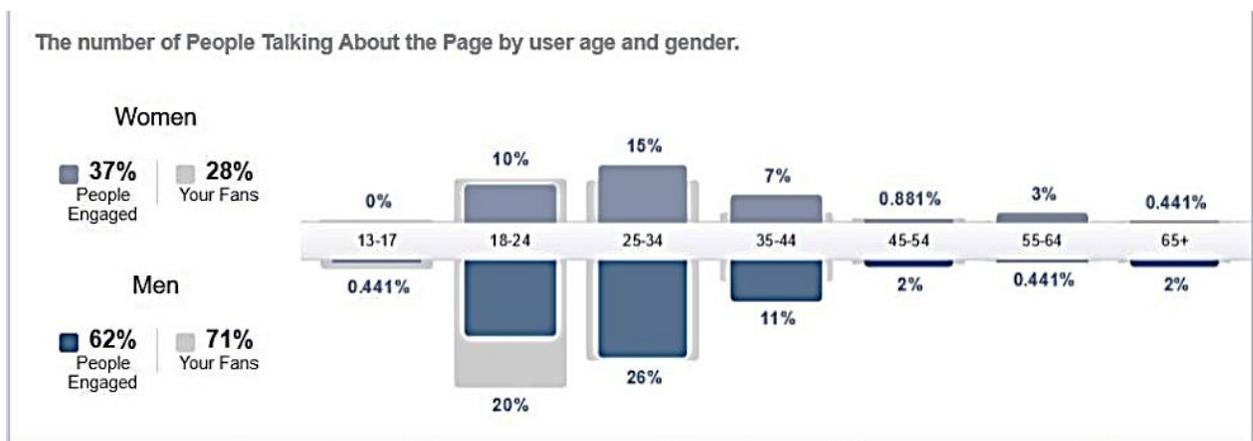
Fuente: Recuperado de cuenta de Facebook de Art Code Studios fecha: 05/09/18

### Análisis de fans de Art Code Studios

Los fans de Art Code Studios la mayor parte de la población son el 71% hombres pertenecientes de las edades entre 18 – 24 años y 25 a 34 siendo estos millenials y el otro restante son del sexo femenino de la misma generación ósea que el los intereses hacia el

producto de creación de videojuegos el mayor interés es del sexo masculino lo cual logra demostrar que las campañas publicitarias de la empresa deberían de ir orientadas más para el sector masculino sin dejar de lado al sexo femenino quiere decir que 7 de cada 10 campañas debe de estar orientada a hombres

### ➤ Interacciones de los usuarios



**Figura 24: Página de Facebook de Art Code Studios**

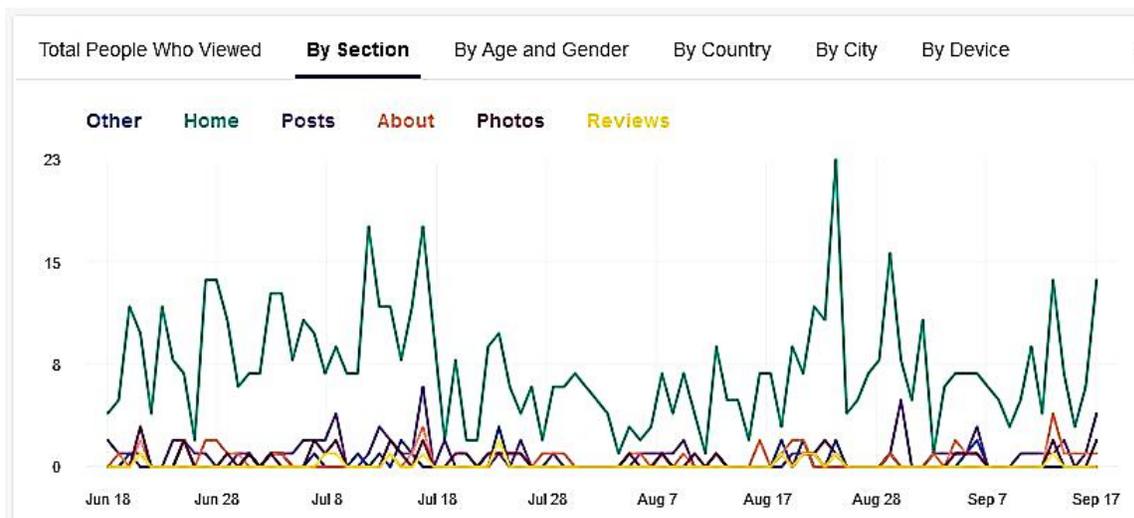
Fuente: Recuperado de cuenta de Facebook de Art Code Studios fecha: 05/09/18

### Análisis de interacción de los usuarios

La interacción de los usuarios de Art Code Studios la mayor parte de la población son el 71% hombres pertenecientes de las edades entre 18 – 24 años y 25 a 34 siendo el 71% fans de esta página únicamente el 62% y el otro restante son del sexo femenino con el 28% de los usuarios el 37% están hablando sobre esto de la misma generación esto quiere decir que 13,836 like de seguidores únicamente solo 157 personas están hablando sobre la empresa Art Code Studios lo que deja como evidencia que solamente 1% de toda la población interactúa con la

página dándole poca importancia a la información que como empresa pública por lo tanto se considera que deben de contener imágenes y videos más interactivos para que más personas hablen sobre las publicaciones de la página y a su vez realizarlas entre los horarios entre 9:00 am, 6:00 pm y 9:00 pm que son las horas donde los usuarios más revisan sus redes sociales después del colegio, universidad y trabajo.

### ➤ Visitas por sección



**Figura 25: Página de Facebook de Art Code Studios**

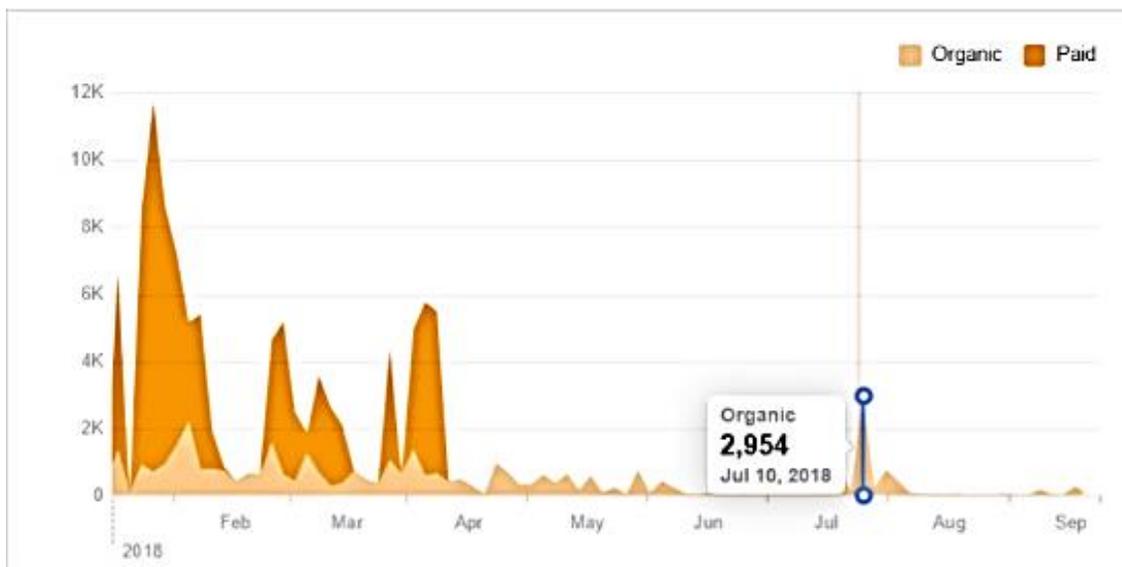
Fuente: Recuperado de cuenta de Facebook de Art Code Studios fecha: 05/09/18

### Análisis de visitas por sección de los usuarios

Según el gráfico presentado anteriormente se aprecia que la mayoría de usuarios únicamente llega hasta home logrando esto poca interacción ante la página de Facebook generando poco tráfico de usuarios dentro de los dos meses que se están analizando la mayor cantidad de

personas que han visitado han 43 personas habiendo poca interacción de las demás secciones donde se debe de realizar una campaña más fuerte para que el usuario logre interactuar más con las redes sociales y sus publicaciones siendo este compartido para llegar a más usuarios.

### ➤ Alcances de publicaciones



**Figura 26: Página de Facebook de Art Code Studios**

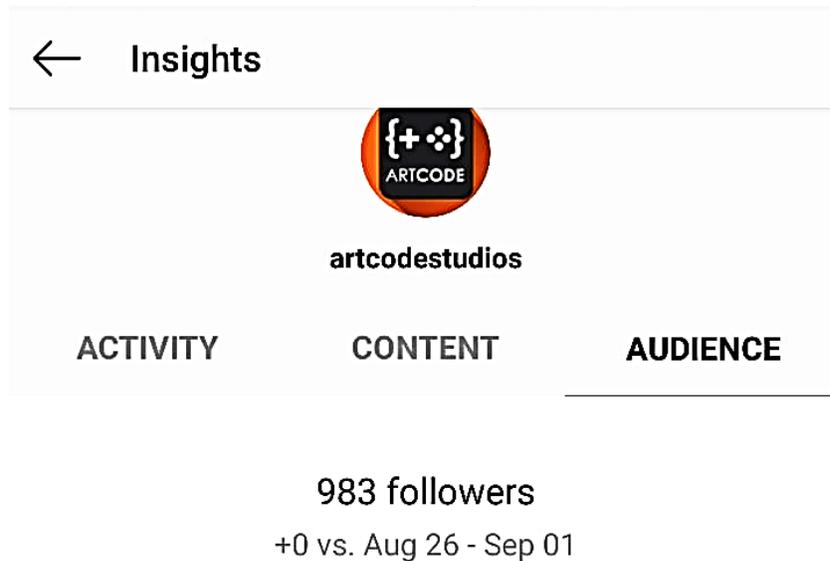
Fuente: Recuperado de cuenta de Facebook de Art Code Studios fecha: 05/09/18

### **Análisis del alcance de las publicaciones**

Las publicaciones han tenido un alcance considerable desde enero a septiembre del 2018 anteriores cuando eran pagadas siendo estas las que tenían más alcance que las orgánicas teniendo un alcance de 12 mil usuarios desde que dejaron de tener las publicaciones pagadas decayó en un 95% de alcance siendo el alcance de menos de mil personas esto quiere decir que la empresa debe de volver a la parte pagada para poder generar mayor alcance

### 2.3.2. Instagram

➤ **Total, de seguidores en Instagram de Art Code Studios**



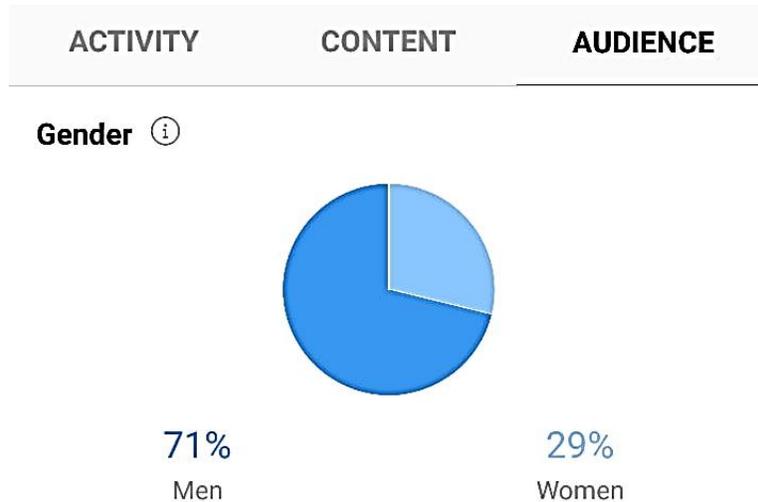
**Figura 27: Página de Instagram de Art Code Studios**

Fuente: Recuperado de cuenta de Instagram de Art Code Studios fecha: 01/09/18

#### **Análisis de seguidores de Instagram**

En la red social de Instagram únicamente su total de seguidores es de 983 y dentro de la semana no ha habido ningún seguidor empezando sus publicaciones de 2016 únicamente haciendo 5 publicaciones y empezó en el año 2017 a tener más interacciones en la red social de Instagram teniendo publicaciones muy distantes

➤ **Fans en Instagram de Art Code Studios**



**Figura 28: Página de Instagram de Art Code Studios**

Fuente: Recuperado de cuenta de Instagram de Art Code Studios fecha: 01/09/18

**Análisis de fans Los fans de Art Code Studios**

La mayor parte de la población son el 71% hombres pertenecientes de las edades entre 18 – 24 años y 25 a 34 siendo estos millenials y el otro 29% restante son del sexo femenino de la misma generación teniendo menos impacto la red social Instagram que evidentemente cuenta con menos de mil seguidores y únicamente 690 son hombres y 285 son mujeres e Instagram se conoce como una red social donde las personas pueden peribir a través de imágenes y videos lo que quiere decir que no ponen contenido creativo o llamativo para que los usuarios interactúen con esta red social.

➤ **Interacciones de los usuarios en Instagram de Art Code Studios**



**Figura 29: Página de Instagram de Art Code Studios**

Fuente: Recuperado de cuenta de Instagram de Art Code Studios fecha: 01/09/18

**Análisis de los usuarios en Instagram**

En la actividad que se realiza en esta red social los clientes en la semana únicamente 14 personas han hecho interacciones donde únicamente el viernes tuvo una variación de 4 usuarios en los días anteriores incluyendo los fin de semana también los usuarios que pasan en sus redes sociales más tiempo únicamente 1 persona o dos eran los que utilizaban Instagram debido a sus publicaciones Art Code Studios hace únicamente una publicación por día teniendo una diferencia de que hay días que no hacen publicaciones debido a eso solamente ha recibido 14 visitas en la semana para la cantidad de seguidores que posee esto en una cantidad poco rentable para los servicios que ofrecen como empresa

### ➤ Alcance de publicaciones en Instagram



**Figura 30: Página de Instagram de Art Code Studios**

Fuente: Recuperado de cuenta de Instagram de Art Code Studios fecha: 01/09/18

### **Análisis de alcance de publicaciones**

En el alcance de publicaciones en Instagram en una semana es de 18 personas en la semana lo que indicaba que únicamente 2 días tuvieron la misma cantidad que solamente eran 4 personas lo que se considera una interacción mínima debido a la cantidad de seguidores que posee la página y las impresiones que logro únicamente fueron 30 donde no todos eran seguidores de Art Code Studios debido a esto se debe de hacer mayor interacción y tener mayor alcance a través de ilustraciones que impacten al usuario interesado en esta rama así

como videos interactivos o utilizando alguna de las nuevas actualizaciones que posee Instagram como boomerang, menciones, hashtag, preguntas logrando con esto saber lo que busca el usuario y sus principales intereses.

### 2.3.3. Página Web

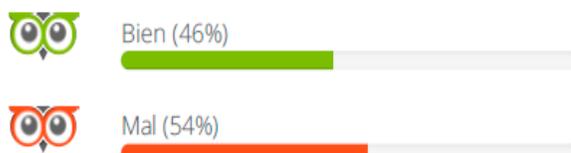


**Figura 31: Página web de Art Code Studios**

Fuente: Recuperado de cuenta de página web de Art Code Studios fecha: 01/09/18

### Análisis de la página web de Art Code Studios

Según el análisis de la página web de Art Code Studios es una plataforma desfasada no cuenta



con muchos implementos que podrían mejorar la perspectiva del usuario acerca de ella se considera que es una página muy pesada que

tarda en cargar la información importante incluso que no cuenta con Bootstrap dado que es

una biblioteca multiplataforma o conjunto de herramientas de código abierto para diseño de sitios y aplicaciones web inclusive se considera con poca interactividad lo que la hace no muy atractiva ante el usuario, debido a todo lo expuesto solamente cuenta con el 40.7% de puntuaciones en el contenido de la página web tomando en cuenta que solamente el 46% poseen una percepción positiva de la página y el 54% es mala aceptación en respuesta por parte de los clientes debido a que tampoco posee CSS para móviles, icono para dispositivos Apple, no utiliza Flash, no utiliza redireccionamiento para móviles, Lamentablemente tu web no cuenta con un favicon personalizado y acorde con tu marca que es el pequeño icono que aparece en la parte izquierda de la pestaña superior de tu página.

#### 2.3.4. Twitter

##### ➤ Total, de seguidores Twitter de Art Code Studios



**Figura 32: Página de Twitter de Art Code Studios**

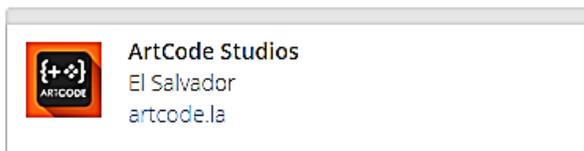
Fuente: Recuperado de cuenta de Twitter de Art Code Studios fecha: 01/09/18

La red social Twitter de Art Code Studios

Únicamente cuenta con 249 seguidores a lo largo de 5 años que empezaron con su red social de estos la empresa solo sigue 69 usuarios un ratio inferior al 0.33 que en su mayoría de sus cuentas seguidas es un indicativo de spam esto quiere decir que la empresa puede estar buscando muchos seguidores de manera artificial es donde se observa que la empresa solo sigue cuentas verificadas sin tener ninguna interacción con sus usuarios dando esto poca importancia al público de interés sobre la empresa.

### Estadísticas de Twitter de @ArtCodeStudios

Informe generado hace 6 días



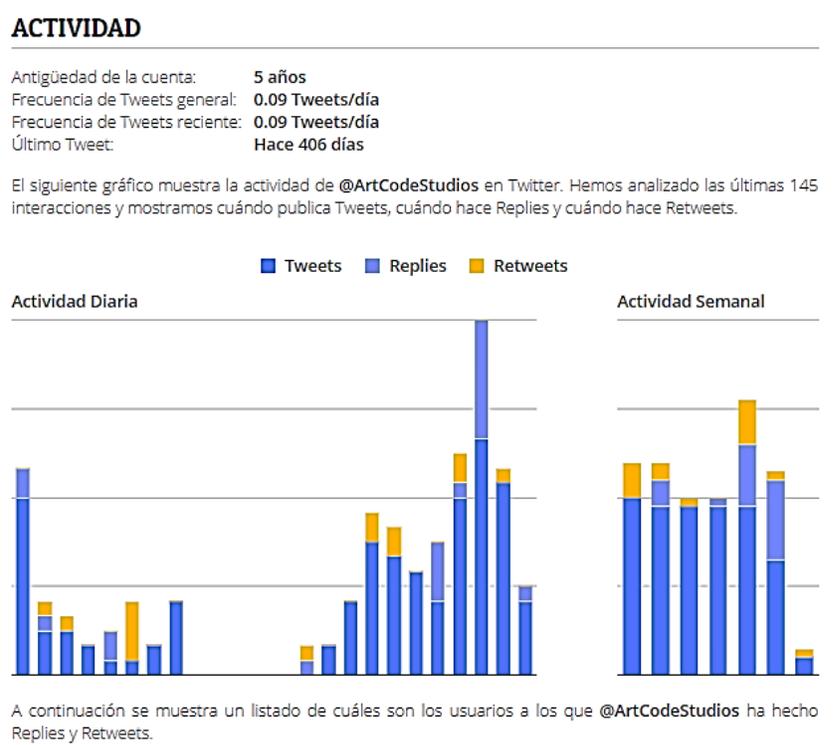
**Figura 33: Página de Twitter de Art Code Studios**

Fuente: Recuperado de cuenta de Twitter de Art Code Studios fecha: 01/09/18

En la figura 33 se observa que durante los últimos 5 años la plataforma Twitter únicamente ha tenido una alcance de respuesta de 10.3% esto quiere decir que sus poblaciones no eran constantes y su interacción con el usuario casi nula por el cual esta red social no creció como debería a pesar de que Art Code Studios es una empresa que va a la vanguardia de la tecnología han dejado de lado sus redes sociales siendo esta una fuente de información y comunicación diaria para los internautas, donde la empresa podría tener una mayor cercanía con sus usuarios y así poder alcanzar mayor aceptación y reconocimiento en el mercado que se encuentra ya que se puede acceder a Twitter a través de la Web con el smartphone, Tablet u otras aplicaciones que interactúan con la plataforma, inclusive algunas permiten programar

horarios de publicación de tweets o publicar automáticamente artículos de un blog en caso de poseer, Art Code Studios no toma la importancia de sincronizar sus cuentas unas con otras para la mayor facilidad del manejo de sus redes que se considera que es así por desconocimiento de la empresa.

### ➤ Actividad de la plataforma Twitter en Art Code Studios



**Figura 34: Página de Twitter de Art Code Studios**

Fuente: Recuperado de cuenta de Twitter de Art Code Studios fecha: 01/09/18

### **Análisis de la actividad de la plataforma Twitter**

Se observa en la figura 34 que el uso que hace de twittear Art Code Studios es principalmente para publicar sus propios tweets siendo el 76.6% de su actividad únicamente a esto preocupándose únicamente de la información que quieren establecer como empresa dándole

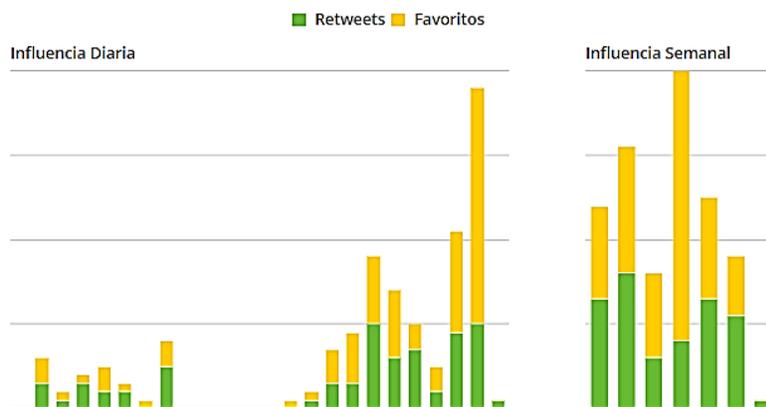
poca importancia a los usuarios a pesar de que la cuenta tenga 5 años de antigüedad la frecuencia de tweets al día es de 0.9 tweets / días siendo este la frecuencia del más reciente provocando que el ultimo tweet se haya realizado hace 406 días dejando esta plataforma sin utilizar desde hace mucho tiempo, pero al establecer conversaciones con usuarios solamente ha sido un 13.8% debido a los pocos usuarios que la empresa sigue no se llega a una conversación optima entre usuarios y la empresa como se desearía llegando únicamente a 32 usuarios desde que se creó la cuenta afectando de manera considerable el uso de esta plataforma y de ultimo el compartir tweets de otros el 9.7% que al parecer no logran obtener una aceptación debido a la poca actividad de realizan y únicamente de intereses que posee el que maneja la red social Twitter y no como empresa.

### ➤ Influencia en Twitter de Art Code Studios

#### INFLUENCIA

Tweets Retweeteados: 36 %  
 Marcados como Favorito: 36 %  
 Incluido en Listas: 4 listas

El gráfico de influencia muestra cuáles son los momentos en los que más influencia han tenido los Tweets publicados por @ArtCodeStudios, indicando el número de veces que un Tweet ha sido **marcado como Favorito** o **Retweeteado**.



**Figura 35: Página de Twitter de Art Code Studios**

Fuente: Recuperado de cuenta de Twitter de Art Code Studios fecha: 01/09/18

Análisis de la influencia de Twitter

Se demuestra en las gráficas que únicamente los retweets y los favoritos han sido interactuados la misma cantidad de veces inclusive a pesar de contar con más tweet realizados por parte de la empresa contando con el 36% de actividad en ambas tiene poca influencia en el usuarios las publicaciones de Art Code Studios debido a sus publicaciones distantes y los temas realizados en esta plataforma no son de mayor interés a pesar de que el día sábado sea el más fluctuante durante la semana debido a la hora que han sido publicado los tweet provocando aceptación donde se recomienda utilizar el mismo método durante toda la semana sin dejar de lado la importancia de interés de los usuarios.

#### **2.4. Descripción de las Oportunidades Identificadas**

Según se analizó la situación del activo digital actual de Art Code Studios cuenta con diferentes plataformas digitales sin embargo se observó que algunas de ellas dejaron de ser funcionales durante bastante tiempo inclusive hasta la actualidad no han sido innovadas ni refrescadas por la empresa dejándolas desfasadas en información y como empresa por lo tanto después de un análisis exhaustivo se identifican varias oportunidades que podrían mejorar la percepción de los clientes hacia la empresa y a su vez la imagen que como Art Code Studios poseen y se identifican las siguientes:

### **2.4.1. Campañas de Pago**

El alcance Paid se puede utilizar en todas las redes sociales lo que genera clientes potenciales en páginas como Facebook, Instagram y Twitter para prestar atención a las campañas sin que la empresa gaste demasiado dinero en este tipo de publicidad debido a que las publicaciones orgánicas ha mostrado disminuciones en el alcance y así se puede prestar atención a al marketing de la empresa al invertir en medios sociales pagados no aumentara únicamente su compromiso si no también se tendrá un mayor número de alcance orgánico y un buen funcionamiento en todas las búsquedas resultando esta una de las que se encuentren en la comercialización de los medios pagados.

Por lo que representa una oportunidad para poder lanzar campañas publicitarias debido a que Facebook tiene un funcionamiento parecido únicamente que se utiliza Google AdWords, esto quiere decir que se realizan pagos por cada anuncio publicitario que se genere por impresiones, en Art Code Studios se busca que por medio de las campañas de pago también se logre una orgánica automáticamente debido a los pago de las publicaciones y de esta manera se podría mejorar la percepción de la empresa a los públicos de interés de acuerdo a los datos que hemos percibido de la empresa es menor a de lo que se espera y es inconstante lo que genera una perdida que no representa ni el 5% de los seguidores en cada red social por lo tanto al implementar este tipo de oportunidad se espera lograr un mayor tráfico en las redes sociales de la empresa para poder llamar la atención de los usuarios.

Logrará tener un posicionamiento de la marca al crear contenido interactivo y creativo que sea esencial para para la búsqueda de más seguidores en las redes sociales de Art Code Studios y generar más clientes.

### 2.4.2. Marketing de Contenido

El marketing de contenidos se refiere a generar contenido interesante, relevante y llamativo para el público meta y así poder mejorar la manera de percibir a la empresa de los posibles clientes y con esto se pueda generar una preferencia hacia la marca en este caso Art Code Studios lo que se refiere que esta técnica no solo busca llamar la atención si no atraer y retener clientes potenciales.

Art Code Studios es una empresa que busca generar interés en la población con su tecnología estando a la vanguardia de los videojuegos lo que resulta un reto debido a la percepción que se tiene sobre esta rama tecnológica por lo cual debe de ofrecer una buena experiencia y un estilo de vida al cliente según el focus group se determinó que las personas no tenían una percepción mala de los videojuegos pero consideraban que en el país no era rentable y que no existía ningún tipo de capacitación en esta rama ni en los medios digitales consideraba que se podía obtener información de este por lo tanto la empresa debe de buscar la manera de mejorar su contenido en medios digitales mejorando la parte audiovisual y material fotográfico en sus redes como en:

- **Gif:** Crear imágenes llamativas al usuario siendo estas interactivas y muestre lo que la empresa ofrece en la parte del desarrollo de videojuegos y se tome como un juego a la vez para poder atraer al cliente.
- **Videos:** Generar contenido audiovisual donde se muestre las capacitaciones que se recibe en la empresa Art Code Studio así poder despertar la curiosidad del usuario y querer optar esta rama como un estilo de vida.

- **Fotografías:** Generar fotografías constantemente innovadoras en el área tecnología del desarrollo de videojuegos

### **Alianzas con Empresa**

Las alianzas con empresas del sector público como el privado es una de las oportunidades que puede poseer Art Code Studios debido al servicio que ofrece donde pueden beneficiar en el área tecnológica a diferentes profesionales, pero basados en esta rama generando algo positivo debido a que se encuentra escaso el profesional en el desarrollo de videojuegos y así poder lanzarse y reconocerse a nivel local.

Art Code Studios buscara tener mayor cantidad de clientes teniendo esto como una oportunidad de posicionarse y que muchas personas adquieran sus productos y servicios hacia los diferentes sectores reduciendo sus costos al crear inclusive proyectos de largo plazo para beneficiar a jóvenes, adultos y ser una de las empresas interesadas en el crecimiento económico del país, así como su desarrollo como en otros países.

Se construirán relaciones de fidelización entre la empresa y los empleados donde se logre hacer una alianza estable y duradera tanto como con empresas privadas y públicas donde se debe de planificar detenidamente y poder obtener proyectos que generen bastante rentabilidad para la empresa y esto genere convenios permanentes ofreciéndolas por medios digitales y esto generara un punto de partida para la buena comunicación de las empresas.

## **2.5. Identificación de Objetivo real de la empresa**

Se puede identificar un objetivo como un "resultado que se desea lograr" (Byars, 1984) o como "los fines hacia los cuales se dirige el comportamiento de alguna organización" lo cual ayudara a la empresa a que pueda lograr sus metas por medio de estos.

### **2.5.1. Objetivo General**

Se puede identificar un objetivo como un "resultado que se desea lograr" (Byars, 1984) o como "los fines hacia los cuales se dirige el comportamiento de alguna organización" lo cual ayudara a la empresa a que pueda lograr sus metas por medio de estos.

### **2.5.2. Objetivo específico**

- Determinar las plataformas digitales a utilizar para diseñar la estrategia para aumentar los seguidores en las redes sociales.
- Crear contenido en medios digitales que sea de interés para el público objetivo para lograr generar más interacciones entre empresa y público.
- Generar más visitas en un tiempo determinado para transformarlas en oportunidades de venta.
- Hacer buen uso de las plataformas digitales seleccionadas, elaborando contenido que genere valor a los usuarios
- Optimizar el sitio web de Art Code Studios para brindar información y promocionar los servicios que ofrece y así influir en la decisión de compra de los consumidores

## **2.6. Definición de activos digitales a utilizar**

Los activos digitales son aquellos que ayudan a que los consumidores estén en comunicación con la marca a través de medios propios, medios pagados y medios ganados los cuales pueden ayudar a la empresa Art Code Studios a obtener los objetivos establecidos., y se clasifican en tres categorías:

### **☆ Owned Media- Medios Propios**

Son aquellos activos que son cerrados por la entidad u la organización y facilita la interacción con la comunidad virtual entre los cuales están los sitios web, blog, las redes sociales y las aplicaciones

### **☆ Paid Media- Medios Pagados**

Se les llama así a las diferentes plataformas que facilitan el diseño de campañas publicitarias virtuales en las que utilizan los anuncios en redes sociales, motores de búsqueda o despliegues de banner, botones o enlaces en blogs o websites y algunas veces el pago a influencers que promuevan la marca.

### **☆ Earned Media- Medios Ganados**

Este tipo de activos digitales es donde las marcas o empresas son los que influyen en los usuarios a que realicen acciones puntuales en internet como las menciones voluntarias en redes sociales, foros, publicaciones compartidas, reseñas de la marca y entrevista.

## 2.7. Descripción general del activo digital

Para que Art Code Studios pueda lograr la comunicación directa con el cliente a través de internet debe invertir en Paid Media o medios pagados para facilitar el diseño de sus campañas publicitarias, ya que a pesar que cuenta con varias redes sociales como Facebook, Instagram, pagina web y Twitter cabe mencionar que este último no ha estado activo desde agosto del 2017 y los otros tres elementos han obtenido un escaso número de interacciones conllevando a que captación de posibles clientes sea mínima .

### 2.7.1. Facebook

Es una de las plataformas más utilizada por los usuarios que permite conectarse e interactuar con otras personas a través de internet, en el cual pueden publicar cualquier tipo de contenido, por ejemplo, fotografías, comentarios y memes manteniendo contacto con grupos de amistades o de interés.

Los usuarios pueden registrarse a través de su correo electrónico y crear perfiles que contienen fotos, listas de intereses personales e información pública y privada. Facebook, además, permite el intercambio de mensajes privados y públicos entre sus usuarios, siendo una comunicación a dos bandas, de ida y vuelta.

Algunas de las **principales herramientas** que ofrece Facebook al usuario son:

- **El perfil**, que es lugar donde el usuario pone las fotos que lo identifican y sus datos personales (lugar y fecha de nacimiento, institución en que estudió, lugar de trabajo, intereses, etc.).

- **El muro**, que es un espacio en la página del perfil del usuario que permite tanto al usuario como a los amigos de este escribir mensajes o publicar fotografías, vídeos y enlaces en él.
- **Notificaciones**, donde aparecen interacciones y diferentes acciones de todos los contactos.
- **Eventos**, donde se puede invitar a todos los amigos a un evento o una actividad en particular.
- **Mensajería instantánea o chat** y video llamadas, servicio que permite hablar en tiempo real con los amigos conectados.
- **Botones de interacción** (me gusta, me encanta, me divierte, me asombra, me entristece y me enfada), que son las diferentes opciones para interactuar con los contenidos publicados por otros usuarios en la red.
- **Aplicaciones para dispositivos móviles**, que facilitan la visualización y la accesibilidad de los usuarios en teléfonos móviles, teléfonos inteligentes o Smartphone y tablets. (Significados agosto del 2016).

Para Art Code Studios es indispensable tener este tipo de herramientas digitales como lo es Facebook ya que este elemento es uno de los más fáciles para poder crear campañas digitales y a la vez captar un significativo número de seguidores, cabe mencionar que las campañas pagadas a las que se pueden acceder tienen un bajo costo, por medio de las interacciones y alcance de las publicaciones se puede llegar al público objetivo.

### 2.7.2. Instagram

Esta aplicación esta enlazada a Facebook y Twitter entre otras, cualquier publicación, imagen, fotografía las cuales se pueden modificar con los diferentes filtros y animación que posee esta herramienta y posterior cuenta con un elemento llamado mi historia el cual sirve para crear videos y poder interactuar con los seguidores cualquier elemento que se publique se puede compartir en las redes ya antes mencionadas.

Para utilizar esta plataforma es necesario **efectuar el registro** en la red, aportando un nombre de usuario, además de indicar una dirección de correo electrónico, una contraseña, un número de teléfono y una imagen, siendo estos dos últimos campos opcionales.

Para empezar, se recomienda empezar con una búsqueda de tus amigos en Facebook y otras redes sociales que ya poseen una cuenta, sugerirá una lista de amigos, para seguirlos se deberá pulsar en el botón seguir para enviar y recibir sus fotos. Una vez seleccionados los usuarios, se deberá pulsar en el botón “hecho”. (ECD Confidencial Digital junio 2013).

### 2.7.3. Twitter

Es una red simple por lo que interactuar con otros usuarios es fácil. Solo los que estén realmente interesados en el contenido seguirán la cuenta y tendrán sus publicaciones en su timeline.

Los usuarios de esta red producen y consumen una gran cantidad de contenido. Esto también hace que sea una red complicada de mantener, ya que son muchos los tweets producidos cada hora y es necesario acompañarlos con frecuencia para no perderse.

Dichas publicaciones, son también conocidas como miniposts y se identifican por el poco tiempo que requieren para su preparación y lectura, en comparación con el esfuerzo que sí demandan los blogs convencionales; en tanto su extensión.

Las ventajas de Twitter es que es didáctica y se puede estar al tanto de información que los usuarios prefieran ya que cada tweet o publicación tiene un máximo de 140 caracteres y este fácilmente se puede compartir, también es posible combinar la cuenta de con Facebook con lo cual lo que se publica de igual manera se realiza en la otra red social.

#### **2.7.4. Página web**

Según (Milenium 2013) Una página de Internet o página Web es un documento electrónico adaptado particularmente para el Web, que contiene información específica de un tema en particular y que es almacenado en algún sistema de cómputo que se encuentre conectado a la red mundial de información denominada Internet, de tal forma que este documento pueda ser consultado por cualquiera persona que se conecte a esta red mundial de comunicaciones y que cuente con los permisos apropiados para hacerlo. Estas sirven para diferentes áreas en las que Art Code Studios puede tomar en cuenta.

##### **➤ Medio de información**

Por medio de las páginas web se puede transmitir cualquier tipo de información que se desee compartir de una manera habitual y personalizada como: asuntos o temas de interés personal, fotos, noticias, entre otros.

➤ **Medio Comercial:**

Se pueden dar a conocer diferentes productos o servicios que se desee ofrecer. Este es un buen medio para demostrar de manera creativa aquello que se pretende vender, añadiendo que se pueden realizar intercambios de productos y servicios que no requieren presencia física como: servicios on-line, transferencias bancarias, ventas de e-books entre otros.

➤ **Medio Publicitario:**

Este medio sirve para informar sobre algún producto específico, ya que se utiliza como un medio publicitario. Estas páginas contienen un enlace hacia otra página de interés para el anunciante con la finalidad de que conozcas la empresa y todos los productos que ofrece.

➤ **Medio Educativo**

Este elemento cuenta con la finalidad de interactuar con diferentes personas y así poner en práctica actividades aprendidas de cada uno de ellos. Por ejemplo, cursos on-line de desarrollos de murales, desarrollo de presentaciones, hojas de cálculo, procesadores de textos, etc., cuyas tareas pueden ser compartidas en sitios web. Además, es una excelente herramienta de práctica para personas autodidactas on-line.

➤ **Medio Interactivo**

Un gran número de usuarios desea encontrar otras personas con las que se comparte ciertos gustos o preferencias ya sea personales, profesionales o de hobbies. Estas páginas web son dinámicas en las que se interactúa por medio de foros, se comparten fotos, reseñas de libros, trabajos, se informa de eventos especiales, etc.

### **2.7.5. Justificación**

El uso de los medios digitales ya no es un aspecto en el cual debe pensarse que se utilizará, sino que las entidades tienen que desarrollarse en este ámbito ya que estas herramientas son las que las personas u público meta frecuentan mayormente para conocer y/o adquirir cualquier producto o servicio que les llame la atención.

Por ende, esta novedosa forma de comunicación abre considerables puertas a los consumidores. Por estos medios los usuarios se pueden expresar no sólo de forma escrita, sino que le permite usar imágenes, videos, grabaciones de voz, animaciones, hipervínculos, correos electrónicos, blogs, entre otros; para expresar sus pensamientos e ideas.

Para Art Code Studios sería de gran ayuda poder darse a conocer por medio de los diferentes medios ya que el rubro de los videojuegos tiene mucho que ver también con la era tecnológica, las diferentes aplicaciones entre otras herramientas que utilizan el público objetivo al que se pretende llegar.

### **2.7.6. Conclusiones generales de uso.**

#### **Sobre el focus group:**

- Se concluye que los padres de familia entrevistados mencionaron que no están en contra de que sus hijos puedan acceder a este tipo de capacitaciones de desarrollo de videojuegos, pero en lo que tienen dudas es que no saben si este rubro les va a facilitar algún empleo o una estabilidad económica digna ya que ellos prefieren que opten por alguna carrera universitaria que pueda ayudarles a desenvolverse en la vida.

**Sobre las redes sociales**

- Se llegó a la conclusión que la empresa tiene presencia en las diferentes redes sociales con las que cuenta que son Facebook, Instagram, Twitter y la página web, pero no poseen interacción con los posibles clientes, las publicaciones no son muy llamativas y los posts no son divulgados frecuentemente.

**Sobre la manera de impartir las clases:**

- Art Code Studios se diferencia de las otras posibles instituciones que den este tipo de enseñanza en el desarrollo de videojuegos en lo que es la forma en que los maestros imparten las clases ya que hacen que los estudiantes trabajen más la parte práctica que la teórica, siendo este un aspecto que llama mucho la atención ya que los resultados son más rápidos y comprobables

**2.7.7. Recomendaciones generales de la investigación****Sobre el focus group:**

- Se le recomienda a la empresa Art Code Studios que promueva la especialización que tienen las capacitaciones sobre el desarrollo de videojuegos para que las personas interesadas en optar por ellas, sepan que es un medio para incursionar al mercado de nuevas tecnologías y que por medio de esta academia pueden aprender diferentes

herramientas tanto en programación como en la creación de animaciones y al final el estudiante recibe su diploma.

### **Sobre las redes sociales:**

- Facebook es la red social con más seguidores que posee Art Code Studios la cual tiene presencia, sin embargo, se determinó que no se está administrando de una manera efectiva se recomienda utilizar la mayor cantidad de herramientas contenidas en ella, como campañas pagadas, realizar publicaciones programadas de acuerdo al mayor tráfico de usuarios en la red para lograr una mayor interacción entre sus seguidores.
- En Instagram también posee presencia, aunque tienen un porcentaje menor de 1000 seguidores y varias fotografías también se recomiendan utilizar las publicaciones programadas, con más videos en donde se promueva la forma de enseñanza, las instalaciones y las diferentes herramientas que utiliza para brindar las capacitaciones de videojuegos.
- Twitter es una cuenta que Art Code Studios tiene, pero desde al año 2017 no ha estado activa, se recomienda que comience a hacer publicaciones ya sean de promociones como de las diferentes alianzas que posee y así poder captar más usuarios y que estén al tanto de la información de la empresa

- Para el buen funcionamiento de la página web de Art Code Studios se recomienda agregar detalladamente lo que contiene cada módulo sobre las capacitaciones de los videojuegos, fotos de las instalaciones de la empresa, algunos productos terminados de los estudiantes en este caso un tipo de portafolio, también tomar en cuenta lo de testimonios de estudiantes que han sobresalido ya sea dentro y fuera del país.

**Sobre la manera de impartir las clases:**

Se le recomienda a la empresa que muestre los diferentes resultados obtenidos ya sea en publicaciones o elaborando un video con el tipo de enseñanza con el que cuenta Art Code Studios ya que esto puede que llame la atención de aquellas personas que posiblemente quieran adquirir conocimientos sobre el desarrollo de videojuegos y por lo tanto conocer el funcionamiento de la entidad y la manera diferente en la que imparten los cursos con los que cuenta.

## **CAPITULO III: CAMPAÑA PUBLICITARIA PARA LA EMPRESA ART CODE STUDIOS**

### **3.1. Metodología**

La metodología para este capítulo describe los elementos que se requieren para crear estrategias para la elaboración de campaña publicitaria digital para la empresa Art Code Studios ubicada en el municipio de San Salvador lo cual será utilizado como instrumento para volver más atractivo al público y así incrementar el número de participantes de las capacitaciones de Art Code Studios.

Para el diseño de estas estrategias es necesario determinar el público al cual estará dirigido, así como las etapas que se deberán seguir y ejecutar dentro del plan trazado medido mediante periodos a definir; Así mismo en cada etapa se deberá desarrollar una serie de tácticas que marcan las acciones que se llevaran a cabo para alcanzar los objetivos enfocados.

Dentro de las tácticas se describirán las diferentes plataformas de medios digitales a emplear, así como la secuencia de acciones que se realizaran el cual permitirá el desarrollo exitoso del plan.

#### **3.1.1. Justificación de la metodología**

La presente investigación mediante la metodología propone una manera clara y precisa que permitirá determinar las acciones que se deben de seguir para lograr los objetivos propuestos además se describen las etapas necesarias que ayudaran a aumentar la presencia de la marca en entornos digitales.

Además contribuirá a Art Code Studios generar estrategias que permitan responder al entorno digital que día con día, se ha vuelto más completo y dinámico además de lograr una vinculación con los objetivos de la empresa; es por ello que la metodología de la formulación de estrategias previamente planteadas permitirá organizar y controlar las metas deseadas de manera que sustenten el aporte que las estrategias conllevan al desarrollo de la creación de la campaña publicitaria digital el cual se espera que se haga efectivo de acuerdo a la importancia que este presenta para la empresa.

Entre las estrategias planteadas a desarrollar se encuentra la creación de campaña digital.

Es por eso que una estrategia digital debe incluir todos los espacios relevantes en donde el target interactúe, buscando influenciar opiniones y mejorar los resultados de los motores de búsqueda, analizando la información que estos medios provean para optimizar el rendimiento de las acciones tomadas.

Entonces el marketing digital es el conjunto de diseño, creatividad, rentabilidad y análisis buscando siempre un retorno de la inversión, que en marketing se lo identifica con las siglas ROI

- **Promesa básica:**

Desarrollar las mejores campañas de publicidad para destacar los servicios que Art Code Studios brinda utilizando las diferentes herramientas en buscadores (SEM), Redes Sociales y posicionamiento en (SEO), para la conversión de ese tráfico en resultados de negocio, a través de la consultoría en web analytics, usabilidad y estrategias de relacionamiento mediante e-mail marketing y así poder llegar al cliente potencial.

- **Propuesta de valor:**

Ofrecer un servicio satisfactorio para Art Code Studio utilizando las herramientas propias de google, que contribuyan a promover las campañas publicitarias a desarrollar y lograr así mejores resultados de negocio a través de la web por medio del marketing digital.

- **Definición de público meta**

Jóvenes de 16 a 25 años de edad, que posean atracción hacia los videojuegos y herramientas tecnológicas combinadas con la creatividad y la ilusión para plasmar de una fisión en algo real y que le dedique entre una o dos horas a la semana.

- **Insight de la marca**

Presentar un servicio claramente diferenciado y específico de los procesos que brinda la empresa, al público objetivo lo cual ha sido una limitante, sin embargo, mediante las estrategias a plantear se diseñarán mecanismos que contribuyan a ser conocidos Art Code Studios como academia de desarrolladores en videojuegos en las diferentes redes sociales, a través de la publicidad

- **Insight del consumidor**

Art Code Studios cuente con un equipo de expertos con amplios conocimientos en la rama de tecnología, lo cual sea esto lo que brinde resultados satisfactorios al público objetivo, siendo este su principal enfoque, además de contar con un community manager que dedique un número de horas para definir las estrategias que contemple los medios, plataforma y herramientas más adecuadas y se visualicen las campañas constantemente para asegurar el cumplimiento de los objetivos.

- **Concepto a transmitir mediante la campaña**

Dar a conocer mediante las diferentes campañas digitales los servicios y productos que Art Code Studio desarrolla, mostrando los equipos de última tecnología y software más sofisticados que se utilizan para capacitar a los jóvenes y puedan así potencializarse en una rama de la programación y desarrollo de videojuegos con especialistas reconocidos a nivel nacional, generando oportunidades para que los jóvenes- adultos puedan crear su propia empresa lo cual se podrá lograr mediante el uso de marketing digital y será de gran ayuda ya que permitirá comunicarse para desarrollar videojuegos comprende la rama de profesionales, y así fomentar el crecimiento económico y adquisitivo, de los usuarios que adquieran este tipo de servicios

### **3.2. Campaña publicitaria digital**

#### **3.2.1. AJL001 Campaña publicitaria digital**

- **Objetivo:** Generar posicionamiento en los buscadores sobre la empresa Art Code Studios y en sus respectivas redes sociales
- **Estrategia 1:** Generar reconocimiento de la marca hacia los usuarios
- **Campaña:** La campaña consiste en llamar la atención de los usuarios por medio de imágenes interactivas y este llegue a captar el interés del usuario por obtener la información.
- **Mensaje:** ¿Quieres cambiar tu estilo de vida? Realidad virtual- Desarrollador de videojuegos siendo expertos en el área nuevos, nuevas tecnologías y calidad de vida; la primera academia en capacitar sobre el mundo creativo
- **Medios:** Redes sociales durante el mes de enero



### 3.2.2. AJL002 Campaña publicitaria digital

- **Objetivo:** Dar a conocer al público meta el desarrollo de videojuegos y la importancia de tomar un curso
- **Estrategia 2:** Captación de nuevos clientes para la empresa Art Code Studios
- **Campaña:** Realizar un evento donde todas las personas puedan asistir libremente y de manera gratuita para hacer un acercamiento de los usuarios con la empresa y así lograr que conozcan más sobre los servicios que se ofrecen como los productos que la empresa tiene

- **Mensaje:** ¿Te gustaría desarrollar videojuegos? Open House: tendremos conferencias acerca de esta rama y personas especializadas sobre la animación 3D, realidad virtual, programación, tecnología e innovación
- **Medios:** Youtube, facebook, twitter, instagram, página web y posicionamiento SEO durante el mes de febrero



### 3.2.3. AJL003 Campaña publicitaria digital

- **Objetivo:** Convertir el interés del usuario en una compra o adquisición de algo nuevo en el área de tecnologías



- **Estrategia 3:** Utilizar marketing de contenido para dar a conocer el rol de la empresa Art Code Studios en el mundo digital
- **Campaña:** Se crea una imagen donde los jóvenes se identifiquen y estén ansiosos de utilizar las nuevas tecnologías, a su vez que hablen sobre la empresa y los servicios que ofrece para que sus usuarios rápidamente se sientan interesados
- **Mensaje:** Art Code Studios se está describiendo como una empresa accesible tanto en horarios como en precio siendo la indicada para dar capacitaciones sobre el desarrollo de videojuegos
- **Medios:** Página web y posicionamiento SEO durante el mes de marzo

### 3.2.4. AJL004 Campaña publicitaria digital

- **Objetivo:** Aumentar el número de leads para tener una mayor conversión en ventas de nuestro público objetivo
- **Estrategia 4:** Utilizando el e-mail marketing para la creación de mayor número de leads
- **Campaña:** Se promociona lo que son los servicios que ofrece la empresa y a su vez se está realizando un descuento para que las personas adquieran este curso a un precio más accesible
- **Mensaje:** Las primeras 10 personas en inscribirse a nuestro curso tendrán un 10% de descuento en todos los módulos
- **Medios:** Envío de email marketing durante el mes de abril



### 3.2.5. AJL005 Campaña publicitaria digital

- **Objetivo:** Crear contenido audiovisual con el fin de captar la atención del mercado meta y de esta manera aumentar el número de leads
- **Estrategia 5:** Realizar una narrativa visual sobre cada uno de los módulos que Art Code Studios ofrece a sus usuarios
- **Campaña:** Se muestra en la imagen los módulos que comprende cada curso con la intención que el usuario se sienta identificado, si posee alguna de las habilidades que cada módulo ofrece, logrando con esto que las personas interactúen con la empresa
- **Mensaje:** Desarrolla videojuegos – Art CodeStudios – descripción de cada módulo que ofrece la empresa en esta temática
- **Medios:** Post twitter y post de facebook durante el mes de mayo



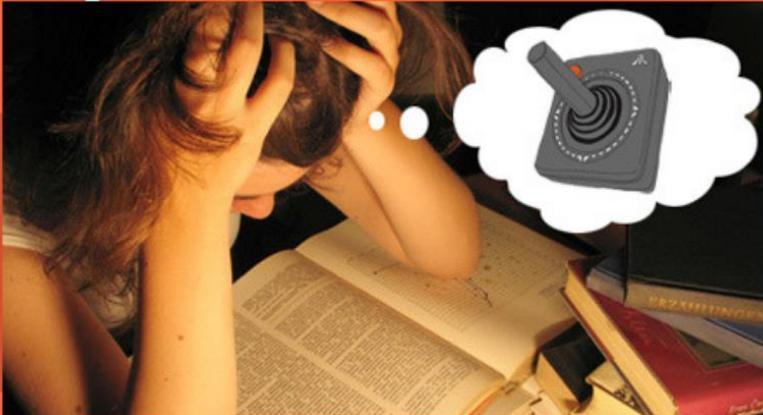
### 3.2.6. AJL006 Campaña publicitaria digital

- **Objetivo:** Crear contenido para que más mujeres sean motivadas a tomar estos cursos
- **Estrategia 6:** Utilización del SEO para generar mayor afluencia en redes sociales y en la página web
- **Campaña:** Se creó una imagen alusiva exclusivamente para mujeres donde se haga de referencia una manera más simple y con palabras claves para que una mujer adquiera este tipo de capacitaciones que muchos creen que van dirigidos únicamente para hombres, así se logrará un acercamiento al mercado potencial
- **Mensaje:** Art Code Studios – Desarrolladores de Videojuegos con 5 módulos – Comercialización, Arte, Programación, sonido y diseño
- **Medios:** Publicaciones orgánicas en redes sociales durante el mes de junio



### 3.2.7. AJL007 Campaña publicitaria digital

- **Objetivo:** Dar a conocer a los posibles clientes que los videojuegos son una mezcla de arte y tecnología
- **Estrategia 7:** Persuadir mediante post en redes sociales que los videojuegos tienen que ver tanto en lo artístico como lo tecnológico
- **Campaña:** Consiste en que los padres y jóvenes tengan conocimiento sobre otras ramas que se añaden a la creación de videojuegos
- **Mensaje:** Quienes deciden estudiar videojuegos, consiguen mezclar el arte y la ciencia en un producto tan único como entretenido sumándole lo artístico y avanzado
- **Medios:** Redes sociales durante el mes de julio



**ART CODE STUDIOS**

Quienes deciden estudiar videojuegos,  
consiguen mezclar el arte y la ciencia en un  
producto tan único como entretenido sumándole  
lo artístico y avanzado.

 Art Code Studios  @Art Code Studios  Art Code Studios

 Art Code Studios  Escuela Americana, El Salvador 

### 3.2.8. AJL008 Campaña publicitaria digital

- **Objetivo:** Generar un insight sobre los usuarios para que opten por la creación de videojuegos
- **Estrategia 8:** Impactar en las redes sociales con imágenes que promuevan los videojuegos más como una profesión que como un hobby
- **Campaña:** consistirá en la creación de videojuegos como una manera de aprender jugando y así mismo generando ideas para la creación de estos
- **Mensaje:** Tu hobby vuélvelo profesión “aprende a crear videojuegos”
- **Medios:** Redes sociales durante el mes de agosto



### 3.2.9. AJL009 Campaña publicitaria digital

- **Objetivo:** Promover que el ser creador de videojuegos comprende la rama de profesionales
- **Estrategia 9:** Por medio de landing page penetrar el mensaje que Art Code Studios es la mejor opción para aprender a programar videojuegos
- **Campaña:** Consiste en llamar la atención de los usuarios por medio de imágenes que refuercen el aprendizaje sobre la creación de videojuegos
- **Mensaje:** Que nadie te impida lograr tus sueños, ser programador de videojuegos también es una profesión, Art Code Studios tu mejor opción
- **Medios:** Redes sociales y página web durante el mes de septiembre



### 3.2.10. AJL010 Campaña publicitaria digital

- **Objetivo:** Recordar a los consumidores la existencia de la creación de videojuegos.
- **Estrategia 10:** Por medio de las redes sociales mostrar que la creación de videojuegos es más que un pasatiempo
- **Campaña:** Crear una percepción positiva de los videojuegos en donde las personas conozcan que existe una entidad que imparte ese tipo de cursos y que los jóvenes exploten sus habilidades
- **Mensaje:** No te quedes solo con jugar, aprende a crear tu propio videojuego
- **Medios:** Post de facebook e instagram durante el mes de octubre



**NO TE QUEDES SOLO CON JUGAR, APRENDE A CREAR TU PROPIO VIDEOJUEGO**

**ART CODE STUDIOS**

Art Code Studios @Art Code Studios Art Code Studios

Art Code Studios Escuela Americana, El Salvador

ARTCODE

### 3.2.11. AJL011 Campaña publicitaria digital

- **Objetivo:** Hacer que el cliente descubra que su elección fue la acertada porque satisface sus necesidades
- **Estrategia 11:** Persuadir mediante mensajes, la forma en la cual Art Code Studios imparte las clases o cursos
- **Campaña:** Consiste en ejecutar en diferentes formas el tipo de enseñanza con la que la empresa cuenta
- **Mensaje:** Art Code Studios. Una forma de aprender diferente que se adapta a tu estilo de vida
- **Medios:** Redes sociales y página web durante el mes de noviembre



### 3.2.12. AJL012 Campaña publicitaria digital

- **Objetivo:** Promover la acreditación que ofrece Art Code Studios para las personas al culminar cada módulo
- **Estrategia 12:** Por medio de fotos, dar a conocer en las diferentes redes sociales que el optar por los cursos incluye una certificación acreditada por la empresa
- **Campaña:** Consiste en crear una percepción buena a hacia este tipo de cursos de aprendizaje y esto conlleve a poder optar a empleos a fines a esta rama
- **Mensaje:** Con Art Code Studios construirás un proyecto personal que te ayudará a ampliar tu portafolio y conseguir mejores oportunidades laborales; obtén una certificación oficial por cada curso que termines
- **Medios:** Redes sociales durante el mes de diciembre

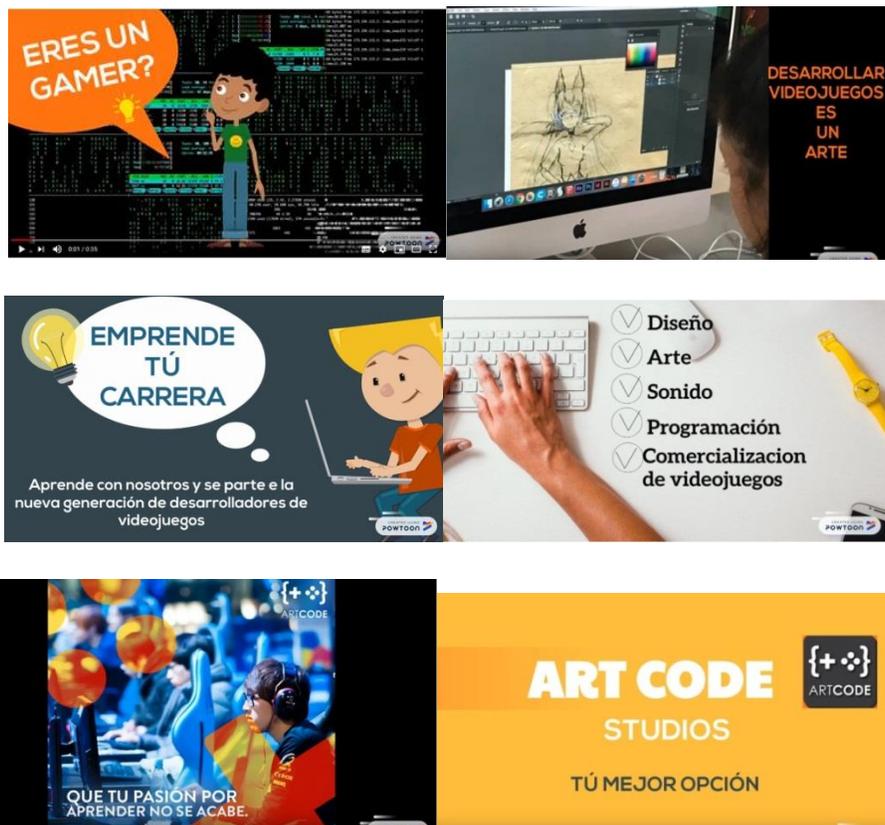
**CON ART CODE STUDIOS,  
CONSTRUIRÁS UN PROYECTO  
PERSONAL QUE TE AYUDARÁ A  
AMPLIAR TU PORTAFOLIO Y  
CONSEGUIR MEJORES  
OPORTUNIDADES DE TRABAJO.**

**OBTÉN UNA  
CERTIFICACIÓN  
OFICIAL POR  
CADA CURSO  
QUE TERMINES**

Art Code Studios | @Art Code Studios | Art Code Studios  
 Art Code Studios | Escuela Americana, El Salvador

### 3.2.13. Video de campaña publicitaria

Se realizó un video en donde el objetivo principal es atraer aquellos jóvenes que poseen habilidades con los videojuegos, presentado facetas en las cuales se les invita a formar parte de la empresa Art Code Studios dando a conocer los diferentes modulos que esta ofrece, motivando a seguir el sueño de querer ser no solo un jugador sino también poder crear juegos con la ayuda de esta empresa, la duración de este video es de 35 segundos tiempo el cual es clave para poder atraer a posibles consumidores y que este sea viralizado por los usuarios por las diferentes redes sociales.



### 3.3. Kpi's

Los KPI's son muy importantes para medir el impacto de las acciones que se están realizando en los diferentes medios digitales que han sido propuesto como estrategia con el propósito principal de alcanzar los objetivos trazados por parte de Art Code Studios además sirven de herramientas para el community manager realice acciones correctivas que estén afectando el crecimiento y proyecciones de la empresa.

#### a) Kpis de Sitio Web.

Para Art Code Studios resulta recomendable la utilización de los que se mencionan a continuación, los cuales pueden ser medidos y analizados por medio de google analytics posteriormente, se mostrara las proyecciones estimadas para los años 2019-2021

En lo cual para medir el éxito del sitio web se necesitan muchos factores que solo las ventas, los KPI'S son muy importantes a la hora de evaluar calidad y evolución del sitio web.

- ✓ Usuarios nuevos: Los cuales básicamente indican el número de personas que se están captando, con la implementación de refrescar la página web oficial, para Art Code Studios estima alcanzar 15,000 usuarios con un incremento de 15% mensual para los próximos los próximos dos años.

- ✓ Tasa de conversión: Puede ser medido tomando en cuenta la relación existente entre número visitas al sitio web y el número de leads logrados, es decir la obtención de sus datos o lograr la venta de los servicios que ofrece la empresa, la tasa estimada de conversión para la empresa es del 2% incrementando un 2% por cada año.
  
- ✓ Ingresos: Tomando en cuenta un precio promedio de \$125.00 cada módulo y una tasa de conversión de 2% para el año 2018 se estima que los ingresos para dicho año alcanzarían los \$37,500
  
- ✓ Duración media de la sesión: Para Art Code Studios resulta un indicador bastante importante ya que le indicara que tanto gusta su contenido por lo tanto con el manejo de la página web se espera que el tiempo medio por sesión sea como mínimo de 3 minutos para el primer año.
  
- ✓ Paginas por sesión: Es bastante importante definir el nivel en el que los usuarios interactuarán con la página web de la empresa, posterior a los esfuerzos de marketing se estiman 3 páginas por usuarios y para los años siguientes 4

<b>KPI PAGINA WEB</b>				
<b>INDICADOR</b>	<b>ACTUAL</b>	<b>2019</b>	<b>2020</b>	<b>2021</b>
USUARIOS NUEVOS	15%	15,000	25,500	39,700
TASA DE CONVERSIÓN	2%	4%	5%	7%
INGRESOS	\$125.00 mensual	\$300,000	\$600,000	\$900,000
DURACIÓN MEDIA DE LA SESIÓN	Estimada por usuario	3 minutos	4 minutos	5 minutos
PÁGINA POR SESIÓN	Estimada por usuario	3	4	4

**Tabla 5: Kpi's página web**

Fuente: elaborado por grupo de investigación

De acuerdo a los KPI's analizados anteriormente se podrá identificar cual contenido o temas es el que mayor interés le genera al usuario, así como también saber las palabras más relevantes o de mayor tráfico a través de Google analytics, para posteriormente desarrollar una estrategia de posicionamiento de SEO.

## **b) Kpi's para redes sociales**

Dentro de la página de Facebook existe una completa herramienta de analítica conocida como Facebook Insights que ofrece valiosa información sobre la página en Facebook. Además, se tiene la posibilidad de exportar todos estos datos a una hoja de Excel para tratar la información más cómodamente y poder realizar los análisis.

Hay gran variedad de métricas que se pueden medir a través de las estadísticas ofrecidas gratuitamente por Facebook Insights, por lo que se establecen las más importantes para medir el rendimiento de la página de Facebook y un refresh en Instagram de Art Code Studios

### **🚦 KPI's establecidos para Facebook**

- Me gustan de la página: El porcentaje actual de nuevos “Me gusta” en Facebook es del 3.8% mensual, lo cual con los esfuerzos de marketing digital se proyecta incrementarlo al 10%, logrando obtener un total de 15,333 nuevos me gusta para el año 2019.
- POST: Actualmente Art Code Studios realiza dos publicaciones a la semana, pero mediante no se gestionará un community manager pero con la persona que se encargue de la administración de los medios se proyecta poder realizar al menos 10 publicaciones semanales.
- Visitas a la página: En promedio se reciben 35 visitas mensuales a la página de inicio de Art Code Studios, por lo que se establece un incremento de por lo menos el 25% al mes con la implementación de la estrategia para el posicionamiento en redes sociales.

- PTAT: Siglas de People Talking About This (Personas hablando de esto) se obtiene de sumar los me gusta, comentarios y veces compartidas, el cual medirá la participación con la fórmula de engagement Facebook que permite saber si los contenidos y lo que se publica conectan con la audiencia, el PTAT actual de Art Code Studios es de 206 y se proyecta alcanzar un 10% de crecimiento mensual para los próximos 3 años aumentando de esta manera también la tasa de engagement para la empresa la cual se ha calculado dividiendo el PTAT / El número de fans \*100.

<b>KPI FACEBOOK</b>				
<b>INDICADOR</b>	<b>ACTUAL</b>	<b>2019</b>	<b>2020</b>	<b>2021</b>
NUEVOS ME GUSTA	13,900	19,900	27,900	37,900
POST	3	7.5	13.5	21.5
VISITAS A LA PAGINA	35	95	245	560
PTAT	206	510	995	1560

**Tabla 6: Proyección Kpi's para Facebook para los años 2019-2021**

Fuente: Elaboración de equipo de investigación

### c) **Kpi's establecidos para Instagram**

Para la medición de resultados en Instagram, para Art Code Studios en el cual ha sido poco la interacción en la que ha incursionado en dicha red social, sin embargo de acuerdo a datos encontrados, se determinó que Instagram es la segunda red social más utilizada por los participantes con un 25% con respecto al total de seguidores en facebook, por lo tanto ese mismo porcentaje se tomara como el número inicial de seguidores y se puede estimar los usuarios que seguirán la cuenta al momento de su creación, incrementando 10% mensual para los próximos tres años.

- Seguidores: Debido a que el perfil de Art Code Studio no ha sido potencializado en Instagram el crecimiento será más lento que Facebook, ya que no en base a los presupuestos establecidos para esta herramienta se proyecta ganar 10% de seguidores mensuales.
- POST: Se comenzarán realizando 7 publicaciones en los primeros meses, pero durante la administración de las redes se proyecta poder realizar al menos 10 publicaciones semanales.
- Alcance en las publicaciones: El alcance mensual publicaciones de Art Code Studios al iniciar la gestión se estima que será de 18, posteriormente alcanzar un crecimiento mensual de 5% con la ayuda la implementación las estrategias para dicha red social.

- Visitas a la página: Al iniciar a ganar seguidores en promedio se espera recibir 14 visitas iniciales mensuales a la página de inicio de Art Code Studios durante los primeros meses, proyectando un incremento del 25%, esto con implementación de las estrategias para el posicionamiento en redes sociales.
- PTAT: (Personas hablando de esto) se obtiene de sumar los me gusta, comentarios y veces compartidas, PTAT estimado de Ar Code Studios es de 25 y se proyecta alcanzar un 25% de crecimiento mensual para los próximos 3 años aumentando de esta manera también la tasa de engagement para la empresa la cual se ha calculado dividiendo el PTAT / El número de fans \*100. A continuación, se presentan los diferentes indicadores para Instagram, así como su respectiva proyección estimada para los próximos tres años

<b>KPI INSTAGRAM</b>				
<b>INDICADOR</b>	<b>ACTUAL</b>	<b>2019</b>	<b>2020</b>	<b>2021</b>
SEGUIDORES	989	6989	14989	24989
POST	7	11.5 Semanal	17.5 semanal	25 semanal
VISITAS A LA PAGINA	47	54.05	64.86	81.07
PTAT	168.5	193.78	232.53	290.66

**Tabla 7: Proyección de Kpi's para Instagram**

Fuente: Elaboración de equipo de investigación

### 3.4. Presupuesto

El monto a presupuestar para los tres años es de \$2,031.25 en acciones de Marketing para la realización de todos estos esfuerzos mercadológicos, buscando el objetivo principal que es darse a conocer con los clientes sobre los diferentes servicios que posee haciendo uno de los diferentes medios digitales. **Presupuesto 2019**

Concepto	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Total
Campañas de Facebook	\$ 60.50	\$ 60.50			\$ 60.50	\$ 60.50	\$ 60.50	\$ 60.50	\$ 60.50	\$ 60.50	\$ 60.50	\$ 60.50	\$ 605.00
Email Marketing		\$ 55.15	\$ 55.15	\$ 55.15									\$ 165.45
Campañas de pago en Instagram		\$ 28.15								\$ 28.15			\$ 56.30
Campañas de pago de Pagina Web			\$ 350.00						\$ 350.00		\$ 350.00		\$ 1,050.00
Campañas de Twitter		\$ 31.50			\$ 31.50								\$ 63.00
Campañas de YouTube		\$ 12.00											\$ 12.00
Campañas de SEO		\$ 70.00	\$ 70.00										\$ 140.00
Orgánicas	No tiene costo												
<b>Total</b>	\$ 60.50	\$ 257.30	\$ 475.15	\$ 55.15	\$ 92.00	\$ 60.50	\$ 60.50	\$ 60.50	\$ 410.50	\$ 88.65	\$ 410.50	\$ 60.50	<b>\$ 2,091.75</b>

**Tabla 8: Presupuesto 2019**

Fuente: Elaboración de equipo de investigación

En cuanto al presupuesto designado para la campaña conforme a la estimación de ventas anuales de entre \$40,000 y \$60,000 de lo cual no se ve afectado en sus costos.

Las campañas en Facebook tienen un mayor presupuesto por la importancia y duración, con \$60.50 mensuales y una duración en cada mes ya que es de los medios más utilizados y es donde se debe de publicitar con mayor agresividad.

Realizando tareas de SEO para optimizar el posicionamiento del sitio en buscadores de Internet, manteniendo actualizado el sitio Web cargando los nuevos contenidos, desarrollando los diseños para las campañas de email marketing y programar el envío de los mismos; adicional aplicando las actividades propuestas en las redes sociales, Facebook, Twitter, YouTube. Controlando y analizando permanentemente sus desempeños.

### Presupuesto 2020

Concepto	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Total
Campañas de Facebook	\$ 60.50	\$ 60.50			\$ 60.50	\$ 60.50	\$ 60.50	\$ 60.50	\$ 60.50	\$ 60.50	\$ 60.50	\$ 60.50	\$ 605.00
Email Marketing		\$ 55.15	\$ 55.15	\$ 55.15									\$ 165.45
Campañas de pago en Instagram		\$ 28.15								\$ 28.15			\$ 56.30
Campañas de pago de Pagina Web			\$ 350.00						\$ 350.00		\$ 350.00		\$ 1,050.00
Campañas de Twitter		\$ 31.50			\$ 31.50								\$ 63.00
Campañas de YouTube		\$ 12.00											\$ 12.00
Campañas de SEO		\$ 70.00	\$ 70.00										\$ 140.00
Orgánicas	No tiene costo												
<b>Total</b>	\$ 60.50	\$ 257.30	\$ 475.15	\$ 55.15	\$ 92.00	\$ 60.50	\$ 60.50	\$ 60.50	\$ 410.50	\$ 88.65	\$ 410.50	\$ 60.50	<b>\$ 2,091.75</b>

**Tabla 9: Presupuesto 2020**

Fuente: Elaboración de equipo de investigación

### Presupuesto 2021

Concepto	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Total
Campañas de Facebook	\$ 60.50	\$ 60.50			\$ 60.50	\$ 60.50	\$ 60.50	\$ 60.50	\$ 60.50	\$ 60.50	\$ 60.50	\$ 60.50	\$ 605.00
Email Marketing		\$ 55.15	\$ 55.15	\$ 55.15									\$ 165.45
Campañas de pago en Instagram		\$ 28.15								\$ 28.15			\$ 56.30
Campañas de pago de Pagina Web			\$ 350.00						\$ 350.00		\$ 350.00		\$ 1,050.00
Campañas de Twitter		\$ 31.50			\$ 31.50								\$ 63.00
Campañas de YouTube		\$ 12.00											\$ 12.00
Campañas de SEO		\$ 70.00	\$ 70.00										\$ 140.00
Orgánicas	No tiene costo												
<b>Total</b>	\$ 60.50	\$ 257.30	\$ 475.15	\$ 55.15	\$ 92.00	\$ 60.50	\$ 60.50	\$ 60.50	\$ 410.50	\$ 88.65	\$ 410.50	\$ 60.50	<b>\$ 2,091.75</b>

**Tabla 10: Presupuesto 2021**

Fuente: Elaboración de equipo de investigación

**3.5. Resumen estratégico (hoja de ruta)**

CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES PARA LA ELABORACION DE TESIS																																						
Periodo: abril a diciembre																																						
ACTIVIDADES	Abril				Mayo				Junio				Julio					Agosto				Septiembre				Octubre					Noviembre				Diciembre			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	5	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	5	1	2	3	4	1	2	3	4
Elaboración de anteproyecto																																						
Corrección de anteproyecto																																						
Apobación de anteproyecto																																						
<b>Capitulo I</b>																																						
Presentación y revisión preliminar																																						
Correcciones																																						
Revisión final																																						
Entrega de informe final																																						
<b>Capitulo II</b>																																						
Elaboración y revisión de cuestionario																																						
Recolección de datos																																						
Procesamiento de datos																																						
Presentación y revisión preliminar																																						
Correcciones																																						
Revisión final																																						
Entrega de informe final																																						
<b>Capitulo III</b>																																						
Elaboración de propuesta final																																						
Revisión y corrección																																						
Presentación y entrega de documento final																																						
Fecha tentativa de defensa																																						

**Tabla 11: Hoja de Ruta**

Elaborado por: Grupo de Investigación

### **3.6. Métodos de evaluación y control**

El mundo de la tecnología en conjunto con el Internet ha abierto una brecha de posibilidades para la publicidad, una ventaja que facilita enormemente el análisis de datos sobre hábitos de los usuarios o segmentación de mercado, entre ellas se encuentra las estrategias de marketing.

Para entender esta relación que se tiene con los consumidores, se analizara el comportamiento de las redes sociales por medio de las herramientas para cada una de ellas mediante las diferentes herramientas como las estadísticas de las redes sociales y Google Analytics para los anuncios que se publiquen, se recomienda que en el futuro se debe considerar herramientas de paga que puedan brindar mejores soluciones de análisis, en lo cual se realizaran chequeos mensualmente de acuerdo a la planificación que se lleva de los contenidos, todo de la mano con los KPI'S por sitio web, email marketing y social media; de lo que se destaca la importancia de la medición de los KPI's es encontrar que proyecciones no se están llevando como se espera y que acciones aplicaran en cada una de ellas.

Para la medición y control del sitio web se evaluarán los KPI's de este, para conocer qué acción es la más adecuada a tomar, si es necesario invertir en publicidad para el sitio, entender cuál sería la mejor manera para que lo conozcan, si el número de visitas se reduce, se buscará la acción más acertada para cambiar ese resultado.

Con email marketing es muy importante evaluar la base de datos, cual es el alcance que se tiene con los leads, cual es el porcentaje de rebote, las oportunidades obtenidas por esta herramienta, de esta manera se podrá dar mayor enfoque dependiendo de la interacción u oportunidades que se logren en ella.

Como medidas de control se tendrán que desarrollar informes mensuales para ajustar las acciones que se realizan en los medios digitales

## BIBLIOGRAFIA

¿Qué es Instagram y para qué sirve? (junio 2013). Recuperado de:  
<https://www.elconfidencialdigital.com>

Asamblea Legislativa, Ley Propiedad Intelectual, Decreto No. 604 (26 de Julio de 1993) San Salvador.

Boyd, D. & Ellison, N. (2007). Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship. *Journal of computer-mediated communication*, 13(1).

Cerem International Bussines School, (2017). Recuperado de:  
<http://www.cerem.sv/escuela/internacional>

Cerrada, R. (2005). Marketing viral: el efectobola de nieve. Cuadernos de Marketing Inteligente

Cump (julio 2017). Recuperado de: <http://www.cump.edu.mx>

Diagnostico digital. Recuperado de: <https://sistemas.com/sitio-web.php>

E. Jerome Mccarthy, William D. Perreault (1960) (13ª Ed.) Marketing: Un Enfoque Global Ediciones Gestión, (2011) Todo Lo Que Hay Que Saber Sobre El Marketing Estratégico Táctico Y Operativo” Gestión, 2000.

ElSalvador.com (abril 2017). Recuperado de:  
<https://www.elsalvador.com/noticias/negocios>

Emprender (febrero 2017). Recuperado de: <http://emprender.sunat.gob.pe>

Encuesta de Hogares de Dirección General de Estadística y Censos DIGESTYC Propósitos Múltiples 2017 Delgado, (mayo de 2018). Recuperado de:  
[file:///C:/Users/Windows%207/Downloads/PUBLICACION\\_EHPM\\_2017.pdf](file:///C:/Users/Windows%207/Downloads/PUBLICACION_EHPM_2017.pdf)

Fan Page de Art Code Studios. Recuperado de: <https://es-la.facebook.com/ArtCodeStudios/>

Fan Page de la Universidad Francisco Gavidia. Recuperado de: <https://es-la.facebook.com/ufgoficial/>

Fundamentos de Marketing, Prentice Hall, México, Sexta Edición.

Gamificación. Recuperado de: <https://www.creatinglearning.com/diferencias-entre-serious-games-y-gamificacion/>

- Hernández Sampieri, Roberto, Fernández Collado, Carlos, Baptista Lucio, Pilar, (2006),  
Hernández Sampieri, Roberto; Et Al. Metodología de la Investigación. 2ª. Ed. McGraw-Hill. México
- Inboundcycle (febrero 2014). Recuperado de: [https:// www.inboundcycle.com](https://www.inboundcycle.com)
- INNOVAR, revista de ciencias administrativas y sociales. Universidad Nacional de Colombia. (Enero a Junio de 2005). Recuperado de: <https://www.redalyc.org/pdf/818/81802505.pdf>
- Interactive Advertising Bureau. (2012). Glosario de Términos de publicidad y marketing digital.
- Johann Wolfgang Von Goethe. (1810). Teoría de los Colores
- Kotler, Armstrong. 8 Edición. 2008. “Fundamentos de Marketing”.
- KOTLER, PHILIP Y KELLER, KEVIN, (2012), Dirección de Marketing Decimocuarta edición PEARSON EDUCACIÓN, México,
- Luis Carlos Palacios Acero (Dirección Estratégica, edición 2.0, pág. 40). Segunda Edición ECOE ediciones
- Malhotra, Naresh K. (2008) Investigación De Mercados Quinta edición PEARSON EDUCACIÓN, México
- Mercadeo, Décimo cuarta Edición, Pearson. 4. Kotler, Philip y Armstrong, Gary; (2003), Metodología de la Investigación, 4ta Edición, México. 3. Kotler, Philip y Armstrong, Gary, (2012)
- Nerdtecs (20 de julio 1 2018). Recuperado de: <https://nerdtecs.com>
- Página Web de art Code Studios. Recuperado de: <http://artcode.la/>
- Páginas Web (Milenium 2013). Recuperado de: <https://www.informaticamilenium.com.mx/es/temas/que-es-una-pagina-web.html>
- Porter, M. (2009). Ser competitivo. Barcelona: Deusto.
- Sanz de la Tajada, L. A. (1994). Integración de la identidad y de la imagen de la empresa. ESIC. Madrid.
- Significados (agosto del 2016). Recuperado de: <https://www.significados.com>

Stanton, William J., Etzel, Michael J. y Walker, Bruce J., (2007), Fundamentos de marketing, 14a Edición, McGraw Hill, México.

Twitter Art Code Studios. Recuperado de: <https://twitter.com/artcodestudios>

Twitter de la Universidad Francisco Gavidia. Recuperado de:

[https://twitter.com/UFGoficial?ref\\_src=twsrc%5Egoogle%7Ctwcamp%5Eserp%7Ctwgr%5Eauthor](https://twitter.com/UFGoficial?ref_src=twsrc%5Egoogle%7Ctwcamp%5Eserp%7Ctwgr%5Eauthor)

Uribe S., Felipe (2012). Uso de las redes sociales digitales como herramienta de marketing un estudio de casos, Editorial ESIC, Barcelona.

Valero Sancho, J. L. (2000). La Infografía De Prensa. En Latina Revista De Comunicaciones Social. La Laguna, Tenerife (30). Recuperado de <http://www.ull.es/publicaciones/latina/biblio/libroinfo/99valero.htm> recuperado el 30 de diciembre de 2016

Youtube de Universidad Francisco Gavidia. Recuperado de:

<https://www.youtube.com/channel/UCmpgqM3u4mVs0J1LHMywD5w>

# ANEXO

## **Índice de Anexos**

**Anexo 1:** Guía de entrevista a socio de la empresa

**Anexo 2:** Vaciado de resultados grupo focal no clientes

**Anexo 3:** Vaciado de resultados grupo focal clientes

**Anexo 4:** Tabla de focus group clientes

**Anexo 5:** Tabla de focus group no clientes

## Guía de Entrevista a socio de la Empresa



**UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR**  
**FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS**  
**ESCUELA DE MERCADEO INTERNACIONAL**



Guía de entrevista con la entidad sobre la percepción de la imagen corporativa en Art Code Studios sobre la creación y desarrollo de videojuegos en el marketing digital.

El instrumento está diseñado con el propósito de obtener información de la empresa sobre sus clientes actuales en la creación y desarrollo de videojuegos, con la finalidad de obtener la información necesaria para partir de un análisis que pueda contribuir a la creación de una campaña publicitaria digital.

### Generales:

1. ¿Coméntenos acerca de cómo inició su negocio?

R// Iniciaron en noviembre 2012 se reunieron 2 socios planteando ideas sobre poner un estudio de videojuegos debido a la falta de personal idóneo en el área, decidieron poner una academia generando personas especializados en el área y luego pasarlos al estudio para implementar videojuegos

2. ¿Cuáles son sus fortalezas?

R// La fortaleza de los socios es la programación y el arte y diseño al videojuego lo que hace que Art Code Studios tenga su fortaleza principal como ofrecer una

educación rápida en un periodo de 6 meses y lista para producir evitando ser una educación comercial siendo una institución que no realizan exámenes debido a que se toma en cuenta como medio de demostrar sus destrezas en el área sea su producto un portafolio

3. ¿Cuáles son sus debilidades?

R// el presupuesto reducido no pudiendo generar un plan para generar mejores opciones para la empresa otro aspecto es no estar certificados como institución educativa

4. ¿Cuáles considera que son sus oportunidades?

R// académica: la fácil adopción de las tecnologías nuevas, la parte de servicios contar con profesionales especializados en cada área impartida

5. ¿Cuál estima que son las amenazas a su negocio?

R// Empresas que quieren proponer un negocio de la misma área o especialidad, que otras empresas cuenten con personas especializadas

6. ¿Cuáles son los productos o servicios que ofrecen?

R// académica: cursos en las industrias creativas, servicio: productos en programación de juegos de entretenimiento, desarrollo de videojuegos, creación de juegos para branding, animación digital y animación 3D

7. ¿Qué beneficios se obtienen los consumidores al adquirir sus productos?

R// Académica: Obtener un servicio educativo que reduce la brecha entre educación y profesional; Empresarial: servicio de persona especialistas en el área por ende los productos son de excelente calidad

## **Mercados**

8. ¿A qué segmentos de mercados se orientan actualmente? (geográficos, demográficos, etc.)

R// TEC ACADEMI niños entre 12 y 16 años, jóvenes dependientes de sus padres de 16 a 25 años y profesionales con sus propios ingresos de 25 a 35 años  
San Salvador

9. ¿Cuál es el perfil de sus consumidores?

R// hijo de dominio (estudiante) (padres de familia), persona que cuenta con sus propios ingresos, profesional que quiere adquirir nuevos conocimientos

10. ¿Quiénes son su competencia?

R// instituciones que poseen productos similares a lo que la empresa tiene, WEB, UFG (carrera)

11. ¿Cuál es la ventaja de su empresa ante los competidores?

R// Ofrecer profesionales especializados en cada área que realizaran cada módulo, eficacia en el aprendizaje y la facilidad de poder ejercer en una profesión que puede generar ingresos de manera rápida

12. ¿Qué canales de distribución utilizan?

R// Redes sociales, radios, televisoras y el boca a boca

13. ¿Cuáles son los productos más demandados?

R// desarrollo de videojuegos

14. ¿Posee estacionalidad su negocio?... ¿Cuáles son los meses que más vende y cuáles son los que menos vende?

R// si, se hace un pronóstico de 11 meses donde se vende más en los meses febrero y junio y se vende menos en los meses diciembre y enero

15. ¿Qué mecanismo utiliza para establecer el precio del producto?

R// los costos del local, personal administrativo, personal de venta, profesores y los socios

16. ¿Es rentable el negocio actualmente?

R// actualmente si

## **Marca**

17. ¿Qué dicen respecto de su marca?

R// que las personas se sienten satisfechas con el servicio que ofrecen sienten una buena inversión en la empresa para su conocimiento

## **Gustos y preferencia**

18. ¿Cuáles son los gustos y preferencias de los consumidores?

R// desarrollo de videojuegos, animaciones, comics, modelado 3D

## **Posicionamiento**

19. ¿Cuáles son los productos líderes de su industria?

R// Desarrollo de videojuegos

## **Comunicación**

20. ¿Cuáles son los medios de comunicación que utilizan?

R// Facebook, radio y televisión

21. ¿Qué tipo de información canalizan por cada medio?

R// el servicio de las capacitaciones del desarrollo de videojuegos, fechas de inicio, costo y contenido de lo q enviara a JD

22. ¿Con qué frecuencia?

R// siempre

23. Cuentan con una persona encargada de manejar la comunicación en dichos medios

R// una empresa q les maneja las redes desde hace 6 meses

24. ¿Cuáles son los problemas más frecuentes que han experimentado en el proceso de información?

R// las personas no leen la información

## **Redes Sociales**

25. ¿Qué redes sociales poseen actualmente

R// Facebook e Instagram

26. ¿Cuentan con un plan o programación de publicaciones en redes sociales?

R// si desde hace 6 meses

27. Utiliza algún método de responsabilidad social empresarial, ¿Cuál?... y sino ha considerado implementar alguno

R// si cursos para personas de alto riesgo

28. ¿Estaría dispuesto a incorporar nuevos productos hacia el marketing social?

R// si buscan proyectos sociales para colaborar a diferentes tipos de causas sociales o que generen un impacto positivo a la sociedad misma

29. ¿Los productos que posee generan alguna clase de estigma social... les afecta? ¿Qué acciones implementan para contrarrestar el estigma social?

R// no se considera elitista internamente, se preocupan de que las personas sean incluidas y se sientan cómodos en el lugar debido a que esto no les afecta siendo las

acciones que más implementan son organizar con alguna organización buscar proyectos y ponerlos en prácticas en pro de causas sociales

### **Alianzas Estratégicas**

30. ¿Con qué empresas poseen actualmente alianzas? ¿En qué consiste la alianza con cada una?

R// UCA, Andrés Bello, ESSEN, Don Bosco, entre otros

## Vaciado de resultados grupo focal

### Información General: Focus Group para los no clientes

**Fecha:** lunes 10/09/2018 **Lugar:** Universidad de El Salvador **Hora:** 3:00pm **Asistentes:** 6

**Objetivo:** Obtener información mediante las diferentes opiniones de padres de familia que no conocen de la empresa Art Code Studios y permita la formulación de estrategias y así realizar una campaña publicitaria digital para atraer clientes potenciales.

**Moderador:** Jessel Marroquín y Andrea Salas

### Observaciones:

- De las 8 personas convocadas solamente asistieron 6
- Tenían previo conocimiento sobre los videojuegos
- Cada uno se expresó de manera clara
- No tenían conocimiento de la existencia de una entidad que de este tipo de capacitaciones en el país

1. ¿Ustedes recuerdan a que jugaban cuando estaban niños?

#### Comentarios positivos

- Se divertían en juegos tradicionales, como por ejemplo los colores, canillas, piscucha

#### Comentarios negativos

- No experimentaron juegos mediante consolas, celulares.

2. ¿En la actualidad sus hijos juegan los mismos juegos que usted en su infancia?  
¿Cuáles son los que juegan actualmente?

Comentarios positivos

- Se divierten mediante juegos de consolas, tablets o teléfonos celulares

Comentarios negativos

- Por la actualidad en la que se vive los hijos no pueden experimentar divertirse fuera de casa

3. ¿Cuánto tiempo pasan sus hijos en la computadora o celular? ¿Qué hace?

Comentarios positivos

- Al completar sus obligaciones de casa y de estudio, se les es permitido poder utilizar una hora máxima 3 horas.

Comentarios negativos

- N/A

**Preguntas Específicas**

4. ¿Ustedes saben que videojuegos juegan su hijo/a? ¿Conoce cómo se llaman?

Comentarios positivos

- Tienen conocimiento, porque controlan el uso que tienen en los videojuegos

Comentarios negativos

- En algún momento los mismos videojuegos han solicitado que el participante debe hacer un pago para tener el acceso al juego

5. ¿Cuál es la percepción que tienen acerca de los videojuegos? ¿Por qué creen eso?

Comentarios positivos

- La consideran buena ya que les permite desarrollar más habilidad y efectividad en su aprendizaje

Comentarios negativos

- Riesgo que los juegos de video lo distraen de sus actividades académicas y personales.

6. Creen ustedes que valdría la pena aprender a desarrollar videojuegos ¿Por qué?

Comentarios positivos

- Lo vale porque desarrollan la creatividad, lenguaje de programación.

Comentarios negativos

- No existe mucho potencial en el país para que aprenda a desarrollar videojuegos

7. Pondrían ustedes a sus hijos a programar videojuegos ¿Cuál es la causa de ello?

Comentarios positivos

- Sí, porque es una rama muy bien pagada y es la tendencia en la era digital

Comentarios negativos

- Perderían mucho el tiempo y no tendrían tiempo para sus actividades

8. Que beneficios esperarían si su hijo llegase a capacitarse en videojuegos ¿Qué les motivaría a ustedes que su hijo entrara en esta rama?

Comentarios positivos

- Sí, porque es una rama muy bien pagada y es la tendencia en la era digital

Comentarios negativos

- Perderían mucho el tiempo y no tendrían tiempo para sus actividades

9. ¿Qué tipo de público son los que se involucran en la rama del desarrollo de videojuegos?

Comentarios positivos

- Adolescentes y Jóvenes de 13 años en adelante enfocados al arte, diseño y la programación

Comentarios negativos

- Jóvenes que no saben que quieren o no se deciden a que estudiar.

10. ¿Qué han escuchado sobre capacitaciones de videojuegos?

Comentarios positivos

- Que es una rama bastante especial y si conocieran de academias los inscribirían si fuera el deseo de sus hijos.

Comentarios negativos

- Son pocos los lugares donde han escuchado que capacitan para la rama de la creación de videojuegos

11. ¿Si sus hijos les comentaran que quieren especializarse en esta rama los apoyarían?

¿Por qué?

Comentarios positivos

- Si los hijos quisieran lo apoyarían porque sería para tener una estabilidad económica

Comentarios negativos

- Primero deben de sacar un estudio universitario o podría estudiar simultáneamente pero su prioridad sería la universidad

12. ¿Qué les interesaría a ustedes de conocer en el programa de videojuegos?

Comentarios positivos

- Que existieran opciones para enseñar mediante un videojuego, ya sea al tocar una opción lograran solucionar una temática

Comentarios negativos

- N/A

13. ¿Qué les llamaría la atención para poder adquirir las capacitaciones del desarrollo de videojuego?

Comentarios positivos

- Que sea del agrado de sus hijos, y que lo aprovechen para su futuro

Comentarios negativos

- Que no sea un precio muy elevado, dispuesto a pagar no más de \$100.00

14. ¿Creen ustedes que su hijo tiene talento o aptitudes para desarrollarse en esta rama?

Mencione alguna de ellas (negativas o positivas)

Comentarios positivos

- Si poseen aptitudes

Comentarios negativos

- Una cosa es que le guste solo por jugar, y otra es que tenga aptitud para desarrollarse en esa rama

15. ¿Qué le transmitió el video?

Comentarios positivos

- Este tipo de mercado va creciendo a nivel mundial
- Las nuevas generaciones van a estar sumergidas en las tecnologías, robótica y los videojuegos que son parte de ella
- En un futuro el que no sepa programación será un analfabeto tecnológico

Comentarios negativos

- La mayoría son hombres, no hay muchas mujeres

16. ¿Cambio su percepción acerca de los videojuegos? Explique

Comentarios positivos

- Se sabe que el tema de la tecnología y videojuegos está en auge en muchos países

Comentarios negativos

- Son buenos, pero en el país no existe todavía este mercado

17. ¿Qué les motivaría a adquirir este tipo de capacitaciones?

Comentarios positivos

- Si le da una oportunidad laboral y permite desarrollarse intelectualmente

Comentarios negativos

- Si solo es como hobby no optaría por las capacitaciones

18. ¿Les gustaría capacitarse sobre la creación de videojuegos?

Comentarios positivos

- Sería interesante capacitarse en esa rama

Comentarios negativos

- No están prescritos los códigos

19. ¿Han escuchado de alguna entidad que imparta este tipo de capacitaciones?

Comentarios positivos

- N/A

Comentarios negativos

- A nivel de carrera o cursos libres no saben de una entidad que imparta en si capacitaciones de videojuegos

20. ¿Cuál sería la modalidad del rango de cuotas para estas capacitaciones?

Comentarios positivos

- N/A

Comentarios negativos

- No más de \$60.00

21. ¿Creen que debería de haber un beneficio o algo accesible para las cuotas?

Comentarios positivos

- Que en las escuelas técnicas opten por este tipo de capacitaciones
- Que los países desarrollados ayuden a los subdesarrollados a poder impartir este tipo de capacitaciones
- Incentivar al gobierno para que incluso sean gratuitos

Comentarios negativos

- Hay veces que las personas no accedan a este tipo de capacitaciones puede ser por el alto costo que tiene esta industria
- El sector al que va dirigido este tipo de industria es de clase alta

22. ¿Qué piensan sobre las personas que se especializan en el desarrollo de videojuegos?

Comentarios positivos

- Tienen mucha creatividad y habilidades que no cualquiera tiene para diseñar juegos.
- Las nuevas generaciones ya traen la habilidad de poder adaptarse a las nuevas tecnologías

Comentarios negativos

- N/A

23. ¿Consideran ustedes que es una rama que después de especializarse puede generar ingresos?

Comentarios positivos

- Si se especializa bien en esa rama pueda que si genere

Comentarios negativos

- Depende del empeño que tengan las personas que opten por esta rama

24. ¿Consideran ustedes que ser desarrollador de videojuegos comprende la rama de profesionales?

Comentarios positivos

- N/A

Comentarios negativos

- Cuando se habla de un profesional aquí en el país tiene que estar graduado de alguna carrera

25. ¿Consideran que su hijo al conocer de estas capacitaciones preferiría iniciar un diplomado y luego especializarse o tomaría ya una carrera universitaria?

Comentarios positivos

- Ese tipo de trabajos no necesita una empresa, sino que se puede vender el producto eso dependiendo de cómo se
- En Japón o en china si se ha escuchado casos de éxito sobre ese tema

Comentarios negativos

- En el país todavía no hay un mercado desarrollado para ese tipo de capacitaciones

26. ¿Estarían dispuestos a apoyarle moralmente y económicamente en estas capacitaciones?

Comentarios positivos

- N/A

Comentarios negativos

- Si solo le gusta, pero no tiene las capacidades para desarrollarse en ello lo pensaría

**Vaciado de resultados grupo focal**

**Información general: focus group clientes**

<b>Fecha:</b> Sábado 13/10/2018	<b>Lugar:</b> INNBOX	<b>Hora:</b> 3:00pm	Asistentes: 6
<b>Objetivo:</b> Obtener información de los clientes actuales y potenciales que ayude a la formulación eficaz de una campaña publicitaria para Art Code Studios			
<b>Moderador:</b> Jessel Marroquín y Andrea Salas			

Observaciones:

<ul style="list-style-type: none"> <li>• De las 8 personas convocadas solamente asistieron 6</li> <li>• Tenían conocimiento sobre los videojuegos</li> <li>• Cada uno se expresó de manera clara</li> <li>• Son estudiantes activos de la academia</li> </ul>
---

**Preguntas Generales**

1. ¿Qué hacen en su tiempo libre?

Comentarios positivos	Comentarios negativos
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Toca guitarra y leer libros</li> <li>• Jugar con videojuegos</li> <li>• Escribir jugar videojuegos y ver videos en internet</li> <li>• Solo jugar videojuegos</li> <li>• Ver anime, escribir</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Casi no tiene tiempo porque estudia</li> </ul>

2. ¿Cuáles son sus hobbies?

Comentarios positivos	Comentarios negativos
<ul style="list-style-type: none"><li>• Jugar videojuegos y ver historiales</li><li>• Jugar videojuegos y leer</li></ul>	

### Preguntas específicas

3. ¿Cuánto tiempo les dedican a los videojuegos?

Comentarios positivos	Comentarios negativos
<ul style="list-style-type: none"><li>• 1 hora diaria por lo menos</li><li>• Los domingos todo el día</li><li>• Entre 2 a 5 horas al día</li><li>• 12 a 18 horas al día</li><li>• Días de semana 1 a 2 horas diarias domingo todo el día</li><li>• Cuando hay tiempo libre 1 ½ horas</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Los días de semana casi no juega</li></ul>

4. ¿Desde cuándo les gustan los videojuegos?

Comentarios positivos	Comentarios negativos
<ul style="list-style-type: none"><li>• Desde que tienen uso de razón toda la vida a tenido contacto</li><li>• Desde los 6 a 7 años con una consola de 64</li><li>• La hermana tenía un play station y desde ese momento empezó a jugar</li><li>• A la salida de la escuela se iban a la casa de un amigo a jugar en la computadora</li></ul>	

5. ¿Qué percepción tienen acerca de los videojuegos?

Comentarios positivos	Comentarios negativos
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Son buenos porque desarrollan destrezas ayudan a reaccionar rápido y a desarrollar su habilidad mental a tomar decisiones</li> <li>• Induce a que las personas se vuelvan espontaneas</li> <li>• Ayudan con habilidades mentales, al bulliying y a las personas estresadas</li> <li>• Son buenos para desconectarse de la vida</li> <li>• Ayudan agilizar la mente más con los idiomas ya que la mayoría de videojuegos están en ingles</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Cuando ya se hace como adicción ya es un problema</li> </ul>

6. ¿Por qué medio conocieron Art Code Studios?

Comentarios positivos	Comentarios negativos
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Facebook</li> <li>• Por una tía que busco en Facebook algo que tuviera que ver con videojuegos</li> <li>• La tía fue una conferencia de uno de los socios y escucho de ellos</li> <li>• Un primo que estaba sumergido ya en esta rama</li> <li>• Vio un anuncio en Facebook y aparte alguien llevo información a la Universidad</li> </ul>	

7. ¿Para ustedes que es Art Code Studios?

Comentarios positivos	Comentarios negativos
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Art Code Studios es una academia que cambia el rumbo de profesión</li> <li>• Además de ser una academia es una nueva oportunidad</li> <li>• Una academia de videojuegos en donde se encuentran las herramientas para poder crearlos</li> </ul>	

8. ¿Qué les motivo a adquirir este tipo de capacitaciones?

Comentarios positivos	Comentarios negativos
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Poder saber cómo se desarrollan y se hacen los diferentes videojuegos</li> <li>• Si es algo de aprender y tiene que ver con videojuegos</li> <li>• Siempre le llamaba la atención la programación</li> <li>• Le gusta dibujar y crear un mundo nuevo, algo diferente y divertido como los videojuegos</li> <li>• Art Code Studios está bien focalizado en la parte de videojuegos</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• El hecho que no había algo especializado en el país</li> <li>• No es lo mismo ir a estudiar a una Universidad que a Art Code Studios</li> </ul>

9. ¿Antes de conocer sobre estas capacitaciones que carrera les llamaba la atención?  
¿Por qué?

Comentarios positivos	Comentarios negativos
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Si ya había estudiado diseño gráfico y tomo este curso para complementar</li> <li>• No se decidía por nada, pero quizás hubiera optado o algo así</li> <li>• Ingeniería industrial, Guion de Producción Audiovisual</li> <li>• Le gustaba la Mecatrónica</li> <li>• Le gustaba hacer animaciones en 3D</li> <li>• Estudió diseño gráfico</li> </ul>	

10. ¿Sus padres estuvieron de acuerdo con recibir este tipo de capacitaciones? ¿Por qué?

Comentarios positivos	Comentarios negativos
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Los padres siempre lo han apoyado en lo que le gusta</li> <li>• Como ya trabajaba no tuvo ese problema</li> <li>• Los padres estuvieron de acuerdo</li> <li>• Los padres siempre lo apoyan en todo</li> <li>• Dijeron que siempre y cuando le gustara, estaba bien</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Uno si y el otro no ya que el padre es economista y quería que estudiara algo similar mientras la madre si la apoyaba</li> <li>• También es la ignorancia de las personas hacia este tema</li> </ul>

11. Tuvieron dificultades para poder ingresar a las capacitaciones ¿Cuáles fueron?

Comentarios positivos	Comentarios negativos
<ul style="list-style-type: none"> <li>• No</li> <li>• Ningún problema</li> </ul>	

12. ¿Hoy que estudian, que opinan tus conocidos acerca de estas capacitaciones?

Comentarios positivos	Comentarios negativos
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Algunos ya tienen conocimiento previo, les parece interesante y fuera de lo común</li> <li>• Los conocidos y la familia siempre lo apoyan</li> <li>• Los amigos que mencionan que es algo divertido y llamativo</li> <li>• Lo que se trabaja en la academia se muestra y dejan bastantes tareas</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• No creen que existe este tipo de cursos en el país</li> <li>• Piensan que no es algo serio y los compañeros de trabajo no creen que se dedique a ello</li> <li>• Depende de con quien esté hablando porque hay amigos que no le dan importancia</li> <li>• Al principio fue el hecho que no sabían si había alguna certificación o algo que diera seguridad de conseguir un buen trabajo</li> </ul>

13. ¿Creen que existe un problema con la percepción que tienen las personas sobre el tema de los videojuegos?

Comentarios positivos	Comentarios negativos
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Cuando muestran el portafolio de las cosas que ha realizado en el curso empiezan a creer</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Hay algunas personas no creen que se puede trabajar en el ámbito de los videojuegos</li> <li>• Aunque en el país no hay otras academias</li> </ul>

14. ¿Creen que los videojuegos podría ser una fuente de ingresos para el futuro?

Comentarios positivos	Comentarios negativos
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Con la suficiente dedicación y esfuerzo si generan</li> <li>• Si por lo mismo le llamo la atención de estudiar en esta academia</li> <li>• Si se crea un producto innovador se puede vender</li> </ul>	

15. Mediante estas capacitaciones ¿han notado el cambio intelectual a través de la metodología de enseñanza que Art Code Studios realiza?

Comentarios positivos	Comentarios negativos
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Enseñan lo que se tiene que ver enfocado en los videojuegos</li> <li>• Descubrió que le gustaba la programación y gracias a Art Code consiguió un trabajo fuera del país</li> <li>• Con Art Code Studios ya no solo es ver un videojuego, sino que se va analizando cómo se crea</li> <li>• Si bastante aprendizaje en los cursos en la creación de personajes en 3D animaciones entre otras cosas</li> </ul>	

16. ¿Estarían dispuesto a especializarte en esta rama de la tecnología o lo han tomado solamente como un hobby?

Comentarios positivos	Comentarios negativos
<ul style="list-style-type: none"> <li>• La intención es trabajar de esto y especializarse más en la rama de videojuegos.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• por lo mismo que no está en auge en el país tuvo que optar por otra cosa</li> </ul>

17. Si sus padres les presionaran a que tomaras un estudio universitario y a ustedes les apasiona la programación y desarrollo de videojuegos ¿cómo lo tomarían?

Comentarios positivos	Comentarios negativos
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Buscará una alternativa para poder combinar ambas cosas</li> <li>• Insistir en lograr estudiar lo que a uno le gusta</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Si no le llama la atención no lo hiciera</li> <li>• No les hiciera caso</li> <li>• Estaría en contra de eso y haría todo lo posible</li> </ul>

18. ¿Recomendarían a muchos jóvenes a que se capacitaran en esta Academia?

Comentarios positivos	Comentarios negativos
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Si les gusta los videojuegos y les interesa lo informático</li> <li>• Si porque las cosas que dan las clases</li> <li>• Lo rápido que se aprende</li> <li>• Es mucho más factible agarrar este tipo de cursos que agarrar una carrera de 5 años en una universidad</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Hay universidades que ofrecen este tipo de cursos, pero se enfocan en materias que no van al caso</li> </ul>

19. ¿Si le pudieran cambiar algo Art Code Studios que sería?

Comentarios positivos	Comentarios negativos
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Que los módulos fueran más extensos, aunque tenga un valor más extenso</li> <li>• Que sea más intensivo</li> <li>• Que hubiera un curso básico un intermedio y un avanzado para poder especializarse mas</li> <li>• Los horarios son accesibles</li> <li>• Sería bueno que realizaran un open house</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• La gente que sale de Art Code todavía no está capacitada para adquirir un empleo formal</li> <li>• Tener una biografía de los maestros porque la gente a veces no cree que existe este tipo de academia</li> </ul>

20. ¿Creen que Art Code Studios se promociona bien en sus redes sociales? Explique

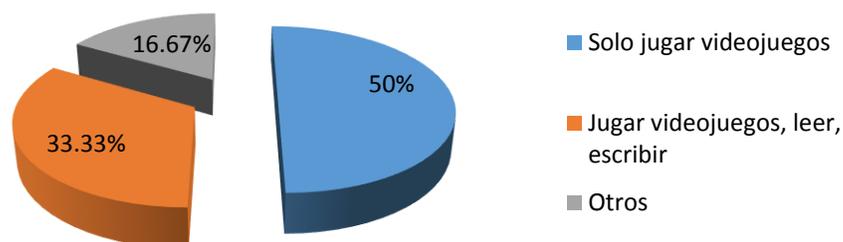
Comentarios positivos	Comentarios negativos
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Que cambiaran la página web porque es muy básica y en las redes tienen que hacer publicaciones más llamativas</li> <li>• Hacer un video mostrando los productos que se crean en la academia</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• En las redes sociales tienen que promocionarse más y no tienen demasiada interacción</li> <li>• Twitter e Instagram ya tienen bastante de no promocionarse</li> </ul>

21. ¿Qué tipo de cosas le agregarían ustedes a las publicaciones para que llamaran la atención de otros jóvenes?

Comentarios positivos	Comentarios negativos
<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Hacer videos en donde estén mostrando como se imparten las clases</li> <li>➤ Hacer un video con los resultados finales que cada uno de los alumnos crea</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Tuvo que buscar y le costó encontrar la fanpage e información de la academia</li> </ul>

**Tablas de Focus Group clientes**

1. ¿Qué hacen en su tiempo libre?



Opciones	Frecuencia	Ponderación %
Solo jugar videojuegos	3	50%
Jugar videojuegos, leer, escribir	2	33.33%
Otros	1	16.67%
<b>Total</b>	<b>6</b>	<b>100%</b>

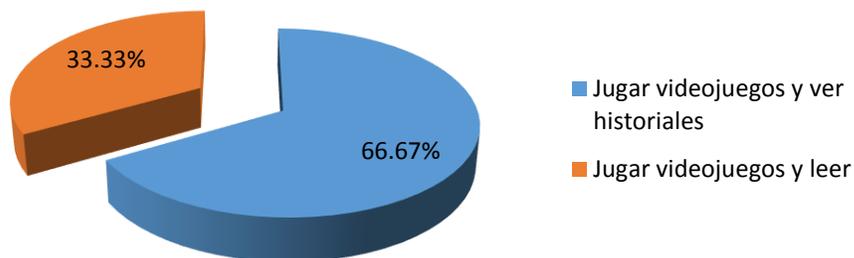
**Interpretación:**

El 50% de los encuestados dice que en su tiempo libre lo ocupan para jugar videojuegos, mientras que el 33.33%, además de utilizar los anterior mencionados también lee o escribe y solo un 16.67% hace otras actividades.

## Análisis de la información:

La mayoría de los clientes que posee actualmente Art Code Estudios utiliza su tiempo libre para jugar videojuegos, esto quiere decir que probablemente antes de ingresar a las capacitaciones pertenecían a la generación llamada “ninis” la cual no estudia ni trabaja y son atraídos por el internet los juegos virtuales entre otras cosas, esta entidad ha tomado en cuenta los gustos y preferencias de este tipo de población joven y por ende está ayudando a que puedan desarrollarse en esta rama la cual es llamativa para los antes mencionados.

### 2. ¿Cuáles son sus hobbies?



Opciones	Frecuencia	Ponderación %
Jugar videojuegos y ver historiales	4	66.67%
Jugar videojuegos y leer	2	33.33%
Total	6	100%

### **Interpretación:**

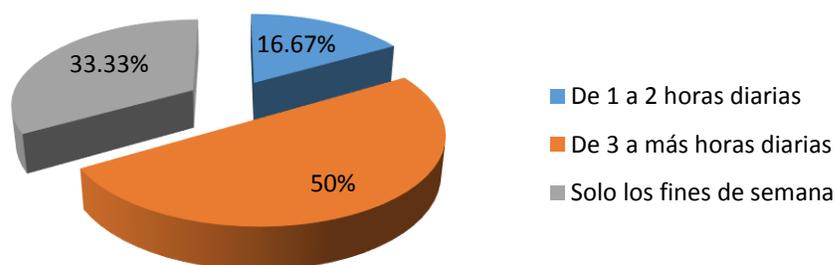
Los hobbies que poseen los jóvenes se encuentran el jugar con videojuegos con un porcentaje de 66.67% y también les gusta ver historiales que tengan que ver con ellos, en cuanto al otro 33.33% uno de sus hobbies aparte de los videojuegos es leer.

### **Análisis de la información:**

Claramente los jóvenes que optan por este tipo de capacitaciones suelen tener por hobby jugar con videojuegos, esto da paso a que también realicen diferentes actividades que promueven la utilización de estos como la de ver diferentes historiales para saber cómo se crean, los tipos de códigos que se utilizan, las diferentes animaciones que existen entre otras cosas, y esto mismo da cabida a que investiguen y lean diferentes artículos o publicaciones que tengan que ver con esta rama.

### **Preguntas específicas**

3. ¿Cuánto tiempo le dedican a los videojuegos?



Opciones	Frecuencia	Ponderación %
De 1 a 2 horas diarias	1	16.67%
De 3 a más horas diarias	3	50%
Solo los fines de semana	2	33.33%
<b>Total</b>	<b>6</b>	<b>100%</b>

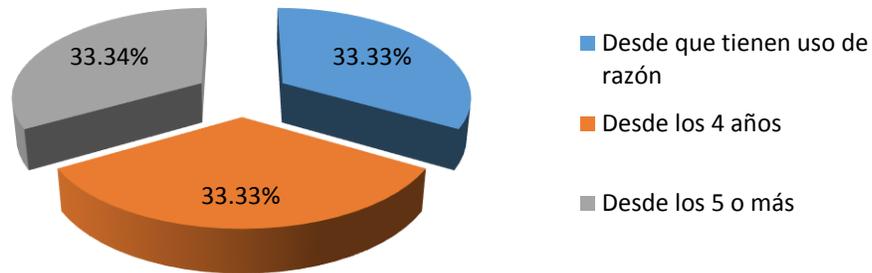
### **Interpretación:**

Se puede observar que un 50% de los jóvenes que brindaron su opinión mencionaron que el tiempo que le dedican a los videojuegos es por lo menos de 3 horas diarias un 33.33% dijo que solo los utiliza de 1 a 2 horas diarias mientras que el 16.67% expresó que solo los usa los fines de semana.

### **Análisis de la información:**

En esta pregunta se pudo observar que los jóvenes encuestados le dedican bastante tiempo a diario a los videojuegos y así mismo menciona un artículo de La Prensa Gráfica (publicado el 3 de enero, 2018) un estudio reciente de la Universidad de Oxford, en Reino Unido, sugiere que aunque los niños pasan mucho tiempo delante de la pantalla, suelen encontrar la manera de combinar sus actividades digitales con otros pasatiempos, esto hace que Art Code Studios incursione en esta rama la cual sirve para que la población interesada en este sector pueda desenvolverse más con el tipo de capacitaciones que imparte la entidad.

#### 4. ¿Desde cuándo les gustan los videojuegos?



Opciones	Frecuencia	Ponderación %
Desde que tienen uso de razón	2	33.33%
Desde los 4 años	2	33.33%
Desde los 5 o más	2	33.34%
Total	6	100%

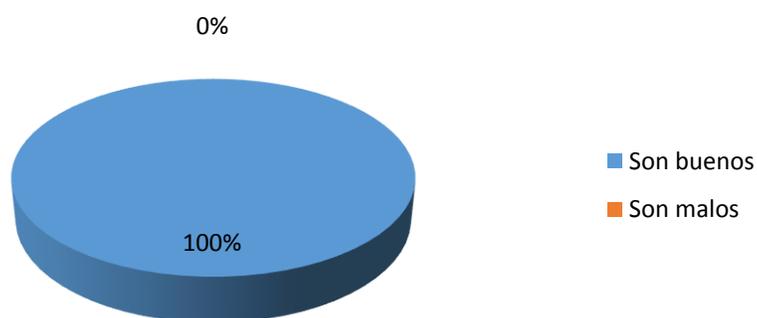
#### **Interpretación:**

En esta pregunta los entrevistados dieron sus comentarios de cuál fue la edad en la cual empezaron sus gustos por los videojuegos un 33.33% dijo que desde que tienen uso de razón, otro 33.33% fue desde la edad de 4 años y el 33.34% restante menciona que fue en un aproximado de 5 años o más.

### **Análisis de la información:**

Los comentarios que brindaron los jóvenes encuestados fueron de gran ayuda para darse cuenta que la inclinación que tienen hacia los videojuegos fue a temprana edad, al mismo tiempo algunos aportaron que una de las causas que fueron clave para que ellos se sintieran atraídos a los videojuegos es que los hermanos mayores tenían contacto con diversos instrumentos tales como consolas, computadoras entre otros.

#### 5. ¿Qué percepción tienen acerca de los videojuegos?



Opciones	Frecuencia	Ponderación %
Son buenos	6	100%
Son malos	0	0
<b>Total</b>	<b>6</b>	<b>100%</b>

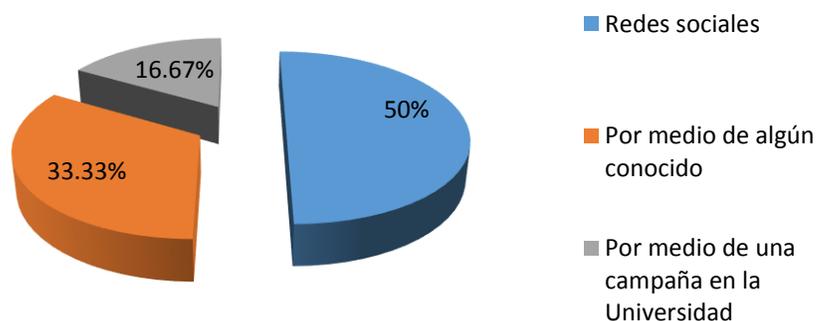
### **Interpretación:**

El 100% de los entrevistados menciono que la percepción que tienen de los videojuegos es que son buenos

### Análisis de la información:

Para algunas personas los videojuegos están vinculados al ocio o a la pérdida de tiempo, sin embargo, la percepción que muestran los jóvenes estudiantes de Art Code Studios es diferente ya que mencionan que son buenos porque generan destrezas, ayudan a reaccionar rápido y a desarrollar su habilidad mental para tomar mejores decisiones, también induce a que las personas se vuelvan más espontáneas y poder superar problemas como lo es el bullying.

#### 6. ¿Por qué medio conocieron Art Code Studios?



Opciones	Frecuencia	Ponderación %
Redes sociales	3	50%
Por medio de algún conocido	2	33.33%
Por medio de una campaña en la universidad	1	16.67%
<b>Total</b>	<b>6</b>	<b>100%</b>

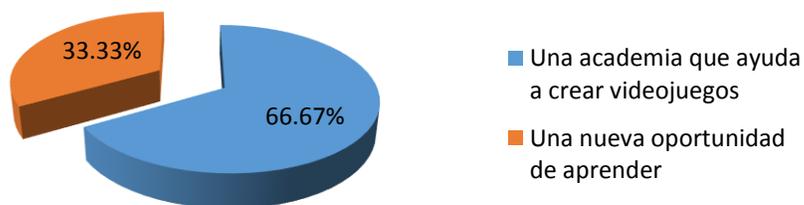
### Interpretación:

El 50% de los jóvenes manifestó que el medio por el cual conoció de la empresa Art Code Studios fueron las redes sociales, un 33.33% dijo que obtuvo información de un conocido, y solo un 16.67% fue por medio de una campaña que realizó la empresa en la Universidad.

### Análisis de la información:

Al escuchar los diferentes puntos de vista de los entrevistados sobre el medio por el cual obtuvieron información de las capacitaciones que brinda Art Code Studios se puede analizar que la mayoría fue en las redes sociales, aunque recalcaron que habían tenido dificultades para poder encontrar la página en Facebook y en los diferentes medios en los cuales la empresa se promociona, y por otro lado fueron los conocidos quienes les notificaron de la existencia de la empresa en sí.

7. ¿Para ustedes que es Art Code Studios?



Opciones	Frecuencia	Ponderación %
Una academia que ayuda a crear videojuegos	4	66.67%
Una nueva oportunidad de aprender	2	33.33%
<b>Total</b>	<b>6</b>	<b>100%</b>

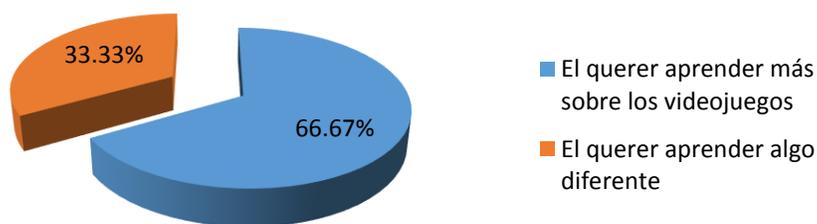
### Interpretación:

Para el 66.67% de los jóvenes entrevistados Art Code Studios es una academia que ayuda a poder crear videojuegos, mientras que para el 33.33% es una nueva oportunidad de aprender algo diferente.

### Análisis de la información:

Para las personas que gustan de este tipo de pasatiempos es muy llamativa la idea de poder especializarse y conocer más sobre cómo se crean los diferentes videojuegos, los tipos de animaciones que casa uno de ellos comprende y todo lo relacionado a esta rama, los jóvenes que reciben estas capacitaciones dijeron que para ellos Art Code Studios cambia el rumbo de una profesión y además de ser una academia es una nueva oportunidad en donde se encuentran las herramientas necesarias para la realización de estos.

8. ¿Qué les motivo a adquirir este tipo de capacitaciones?



Opciones	Frecuencia	Ponderación %
El querer aprender más sobre los videojuegos	4	66.67%
El querer aprender algo diferente	2	33.33%
<b>Total</b>	<b>6</b>	<b>100%</b>

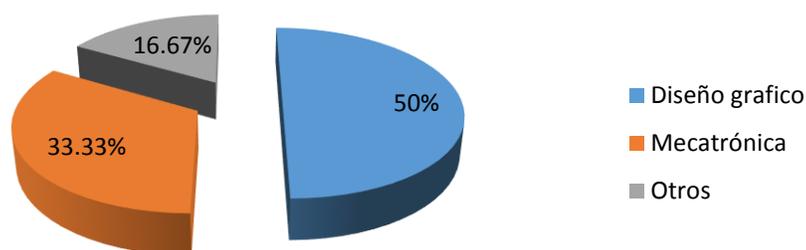
### **Interpretación:**

En esta pregunta el 66.67% de los entrevistados mencionaron que lo que les motivo a adquirir este tipo de capacitaciones fue el querer aprender más sobre los videojuegos en cuanto al otro 33.33% que el deseo de saber algo diferente fue su motivación.

### **Análisis de la información:**

El proponerse adquirir conocimientos sobre los videojuegos fue el principal motivo que los jóvenes que están capacitándose en Art Code Studios actualmente tuvieron a la hora de elegir a dicha academia ya que la mayoría menciono que tenía atracción en carreras un poco similares como lo es la mecatrónica o el diseño gráfico, pero al enterarse que existía en el país una organización que impartiera este tipo de cursos les fue grato ya que era lo que ellos deseaban estudiar o especializarse.

9. ¿Antes de conocer sobre estas capacitaciones que carrera les llamaba la atención?  
¿Por qué?



Opciones	Frecuencia	Ponderación %
Diseño grafico	3	50%
Mecatrónica	2	33.33%
Otros	1	16.67%
<b>Total</b>	<b>6</b>	<b>100%</b>

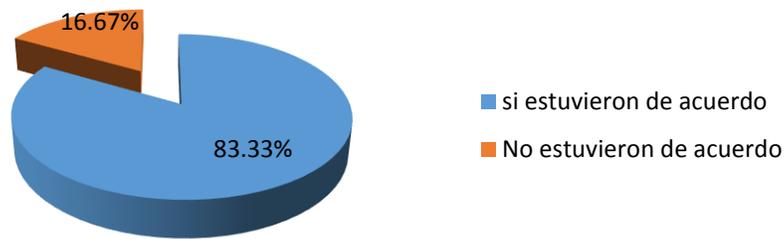
### **Interpretación:**

Se descubrió que a los jóvenes les llamaban la atención algunas carreras que podrían ser afines al entorno de los videojuegos como lo es el diseño gráfico con un 50% la mecatrónica con un 33.33% y solo un 16.67% dijo que otras.

### **Análisis de la información:**

La probabilidad de querer optar por otra carrera que estuviera ligada a la rama de los videojuegos era posible ya que en el país no hay muchas instituciones o academias que impartan este tipo de capacitaciones, esto conlleva a que los jóvenes que sienten atracción a esta rama no puedan desarrollarse en cuanto a sus preferencias académicas.

10. ¿Sus padres estuvieron de acuerdo con recibir este tipo de capacitaciones? ¿Por qué?



Opciones	Frecuencia	Ponderación %
si estuvieron de acuerdo	5	83.33%
No estuvieron de acuerdo	1	16.67%
<b>Total</b>	<b>6</b>	<b>100%</b>

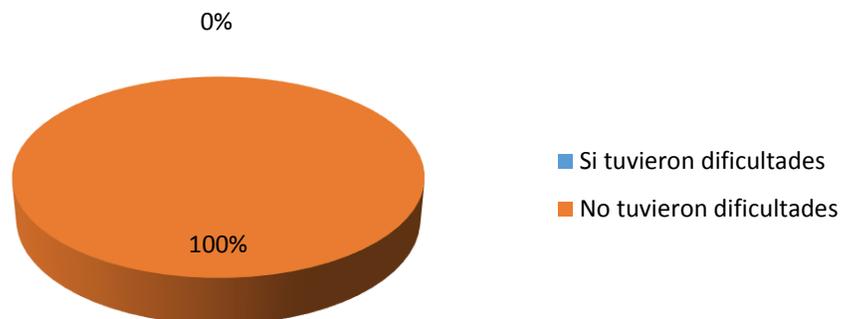
### **Interpretación:**

Un 83.33% de los jóvenes entrevistados mencionaron que no tuvieron problemas con sus padres al momento de hacerles saber que querían recibir este tipo de capacitaciones, mientras que solo un 16.67% dijo que le surgieron dilemas al optar por estas.

### **Análisis de la información:**

Uno de los problemas por el cual algunos padres de familia no quieren que sus hijos opten por este tipo de capacitaciones es la ignorancia que tienen hacia este tema, creen que los videojuegos solo sirven para perder el tiempo o para ocio, añadiéndole que en el país no es muy reconocido como una profesión o algo que pueda generar un empleo estable.

11. Tuvieron dificultades para poder ingresar a las capacitaciones ¿Cuáles fueron?



Opciones	Frecuencia	Ponderación %
Si tuvieron dificultades	0	0%
No tuvieron dificultades	6	100%
<b>Total</b>	<b>6</b>	<b>100%</b>

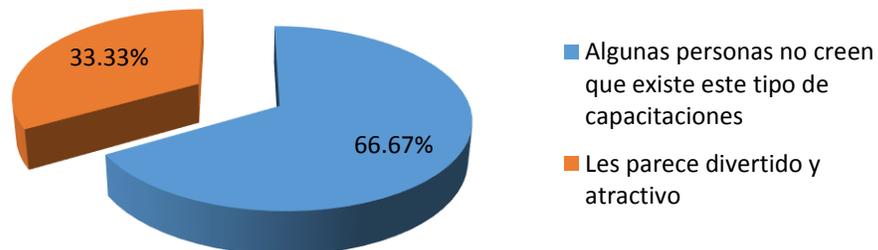
**Interpretación:**

El 100% de las personas entrevistadas no tuvieron dificultad para poder ingresar a las capacitaciones que imparte Art Code Studios.

**Análisis de la información:**

Aunque los jóvenes mencionaron que no tuvieron ninguna complicación a la hora de adquirir los cursos brindados por Art Code Studios, sin embargo, hay muchos jóvenes que no optan a este tipo de cursos porque no saben la existencia de entidades que las impartan siendo esta academia la pionera en dar capacitaciones sobre videojuegos en el país

12. ¿Hoy que estudian, que opinan tus conocidos acerca de estas capacitaciones?



Opciones	Frecuencia	Ponderación %
Algunas personas no creen que existe este tipo de capacitaciones	2	66.67%
Les parece divertido y atractivo	4	33.33%
<b>Total</b>	<b>6</b>	<b>100%</b>

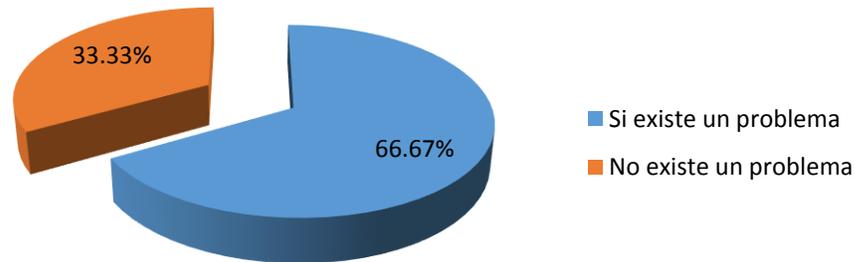
### **Interpretación:**

Un 66.67% de los entrevistados dijeron que sus conocidos no creen que exista una organización que imparta este tipo de capacitaciones mientras que el 33.33% mencionan que a sus allegados les parece divertido y un tanto atractivo.

### **Análisis de la información:**

Algunas personas ya tienen conocimiento previo a este tema, les parece interesante y fuera de lo común más que todo a la juventud el poder especializarse en este ámbito es de gran satisfacción para ellos ya que están desarrollándose en lo que les gusta en este caso los videojuegos, y es por ello que la empresa Art Code Studios quiso entrar en este novedoso mercado dándole como plus, una certificación que les ayude a los estudiantes a que puedan desenvolverse en lo laboral

13. ¿Creen que existe un problema con la percepción que tienen las personas sobre el tema de los videojuegos?



Opciones	Frecuencia	Ponderación %
Si existe un problema	2	66.67%
No existe un problema	4	33.33%
Total	6	100%

### **Interpretación:**

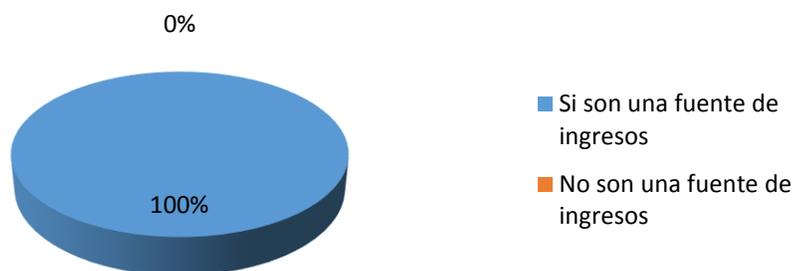
El 66.67% de los jóvenes entrevistados piensa que, si existe una mala percepción de las personas hacia los videojuegos, y solo un 33.33% cree que no existe ningún problema con el tema.

### **Análisis de la información:**

Hay diferentes opiniones acerca de este tema y existen diferentes puntos de vista acerca de los videojuegos ya que por un lado, y si se utilizan de una buena manera, estos pueden desarrollar determinadas habilidades en los niños y mejorar sus conocimientos mientras que

por el otro lado pueden generar falta de comunicación, problemas en las relaciones y adicción, que produce estrés e irritabilidad, los juegos con imágenes violentas influyen en el comportamiento de los jóvenes y pueden llegar a desorientarlos.

14. ¿Creen que los videojuegos podría ser una fuente de ingresos para el futuro?



Opciones	Frecuencia	Ponderación %
Si son una fuente de ingresos	6	100%
No son una fuente de ingresos	0	0%
Total	6	100%

**Interpretación:**

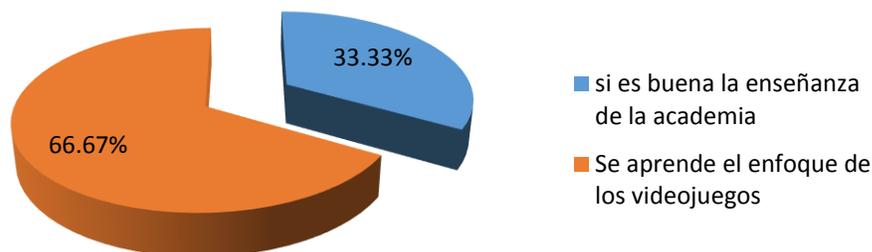
El 100% de los jóvenes entrevistados creen que los videojuegos podría ser una fuente de ingresos para el futuro.

**Análisis de la información:**

La industria de los videojuegos va creciendo grandemente a nivel mundial y es por ello que Art Code Studios ha implementado las capacitaciones para el desarrollo de estos, ya que los países están adaptándose cada vez más a las nuevas tecnologías y así poder explotar las habilidades y destrezas que los jóvenes pueden ofrecer a este rubro que claramente esta en

tendencia ya que con la suficiente dedicación y esfuerzo pueden generar ingresos elevados o por lo menos mayores a un salario mínimo

15. Mediante estas capacitaciones ¿han notado el cambio intelectual a través de la metodología de enseñanza que Art Code Studio realiza?



Opciones	Frecuencia	Ponderación %
si es buena la enseñanza de la academia	2	33.33%
Se aprende el enfoque de los videojuegos	4	66.67%
Total	6	100%

### **Interpretación:**

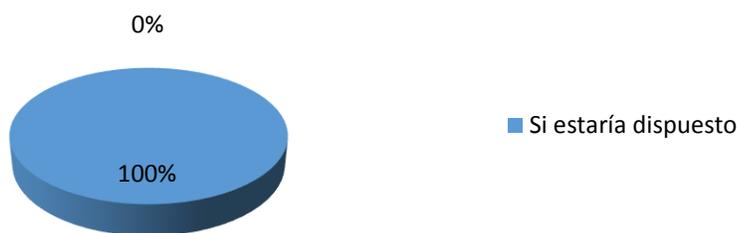
De los jóvenes entrevistados respondieron de manera positiva un 66.67% menciona que la metodología de enseñanza que posee Art Code Studios es muy buena y el 33.33% dijo que las capacitaciones están bien focalizadas hacia los videojuegos.

### **Análisis de la información:**

Art Code Studios se diferencia ante la competencia por el hecho que enseñan lo esencial de los videojuegos sin tomar en cuenta otros temas o materias que no tengan que ver con este rubro o que puedan hacer que el proceso sea largo, simplemente se basan en lo fundamental que es la creación de ellos y lo hacen de manera más práctica que teórica ya que posee la

facilidad que los interesados en adquirir estas capacitaciones puedan elegir por cual modulo comenzar o especializarse en el que más les guste

16. ¿Estarían dispuesto a especializarte en esta rama de la tecnología o lo han tomado solamente como un hobby?



Opciones	Frecuencia	Ponderación %
Si estaría dispuesto	6	100%
No solo es como un hobby	0	0%
Total	6	100%

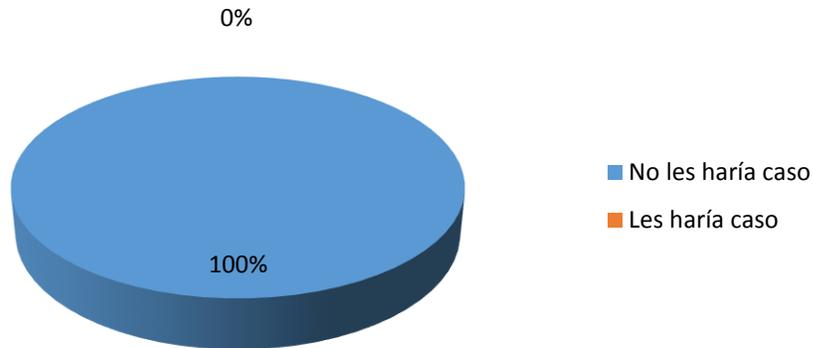
**Interpretación:**

El 100% de los jóvenes mencionó que si estaría dispuesto a especializarse en esta rama.

**Análisis de la información:**

La intención de los jóvenes que ya están recibiendo los cursos en Art Code Studios es trabajar de esto y especializarse más en la rama de videojuegos, ya que para ellos este rubro tiene mucho futuro en el país, si se le da el debido apoyo tanto del gobierno como de otras organizaciones que podrían ayudar a que este tipo de capacitaciones se vuelvan más llamativas para el entorno económico y laboral y sea una nueva fuente de empleo.

17. Si sus padres les presionaran a que tomaras un estudio universitario y a ustedes les apasiona la programación y desarrollo de videojuegos ¿cómo lo tomarían?



Opciones	Frecuencia	Ponderación %
No les haría caso	6	100%
Les haría caso	0	0%
<b>Total</b>	<b>6</b>	<b>100%</b>

### **Interpretación:**

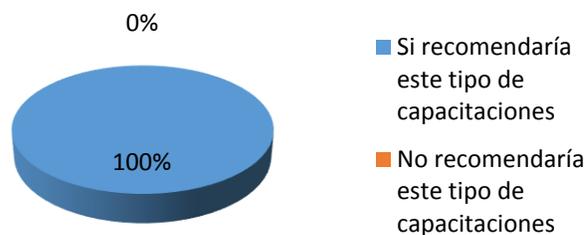
De los jóvenes que fueron entrevistados el 100% menciono que no harían caso a sus padres si en un dado caso los obligaran a adquirir una carrera que no les llame la atención.

### **Análisis de la información:**

Según un artículo de Publimetro.pe (publicado 29 de octubre del 2014) “Los padres, a veces, imponen a sus hijos determinadas opciones profesionales porque creen que no son lo suficientemente ‘maduros’ para hacerlo por ellos mismos. En algunas ocasiones, los padres no suelen tener un verdadero conocimiento de las capacidades y motivaciones de sus hijos,

imponiéndoles profesiones hacia las que no tienen ningún interés ni calificación”, es por ello que los jóvenes entrevistados dijeron que harían todo lo posible por cambiar la perspectiva de sus progenitores.

18. ¿Recomendarían a muchos jóvenes a que se capacitaran en esta Academia?



Opciones	Frecuencia	Ponderación %
Si recomendaría este tipo de capacitaciones	6	100%
No recomendaría este tipo de capacitaciones	0	0%
<b>Total</b>	<b>6</b>	<b>100%</b>

**Interpretación:**

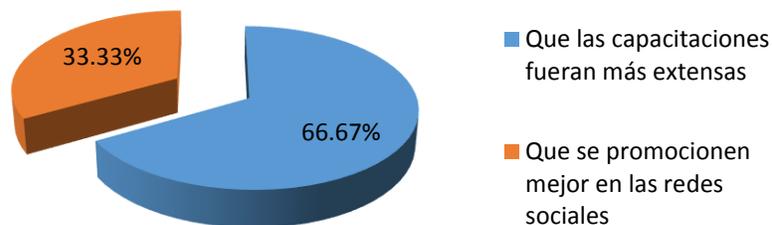
El 100% de los jóvenes entrevistados estarían dispuestos a recomendar las capacitaciones que brinda Art Code Studios

**Análisis de la información:**

Todo aquel que estuviera en la disposición de especializarse en este ámbito de los videojuegos y les interesa lo informático quedarían muy satisfechos por el tipo de enseñanza que posee Art Code Studios a diferencia otras universidades o instituciones que ofrecen este tipo de cursos, pero se enfocan en materias que no van al caso ya que es mucho más factible

agarrar este tipo de cursos que optar por una carrera que comprende de más tiempo e inversión económica

19. ¿Si le pudieran cambiar algo Art Code Studios que sería?



Opciones	Frecuencia	Ponderación %
Que las capacitaciones fueran más extensas	4	66.67%
Que se promocionen mejor en las redes sociales	2	33.33%
<b>Total</b>	<b>6</b>	<b>100%</b>

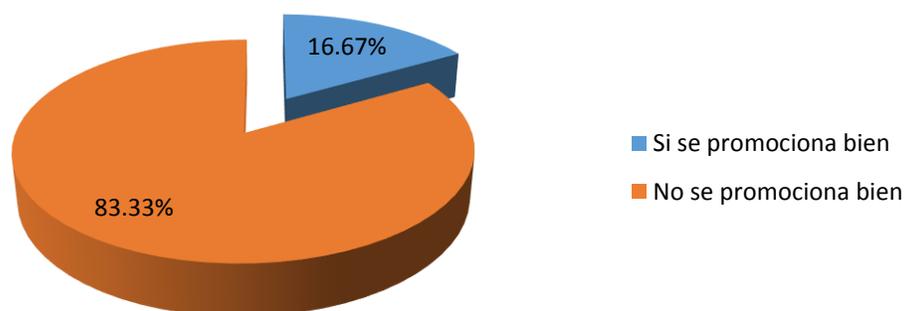
**Interpretación:**

Un 66.67% indicaron que una de las cosas que cambiarían acerca de las capacitaciones que ofrece Art Code Studios es que los cursos fueran más extensos y otro 33.33% dijo que sería bueno el que la empresa se promocionara de mejor manera en las diferentes redes sociales que posee.

### Análisis de la información:

En esta parte los jóvenes manifestaron que les gustaría que los módulos fueran más extensos, aunque tenga un valor más alto en cuanto a las cuotas también recalcaron que en las redes sociales les falta interacción con los posibles clientes potenciales.

20. ¿Creen que Art Code Studios se promociona bien en sus redes sociales? Explique



Opciones	Frecuencia	Ponderación %
Si se promociona bien	1	16.67%
No se promociona bien	5	83.33%
Total	<b>6</b>	<b>100%</b>

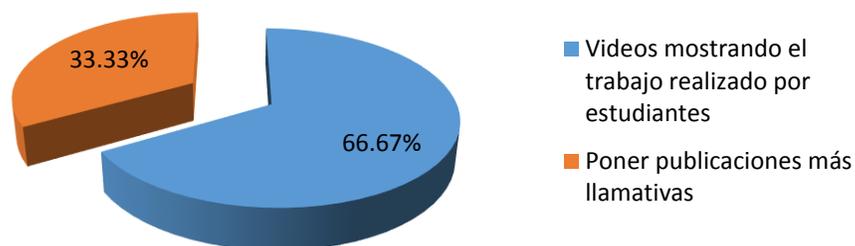
### Interpretación:

En esta pregunta el 83.33% de los entrevistados afirmo que la empresa no se está promocionando correctamente en las redes sociales y solo un 16.67% dijo que si

## Análisis de la información:

Las redes sociales son muy importantes para las empresas ya que por medio de estas puede darse a conocer el producto o servicio que cada una de ellas ofrece, y así mismo llegar hasta donde las personas interesadas pueden darse cuenta que existe una entidad u organización que pueda satisfacer de sus gustos o preferencias que cada uno tenga, por lo tanto al escuchar las opiniones de los jóvenes entrevistados se pudo identificar algunas alternativas para llamar la atención de nuevos clientes para la academia como lo es el cambiar la página web porque es muy básica y establecer una mejor campaña en los medios en los cuales se promociona Art Code Studios

21. ¿Qué tipo de cosas le agregarían ustedes a las publicaciones para que llamaran la atención de otros jóvenes?



Opciones	Frecuencia	Ponderación %
Videos mostrando el trabajo realizado por estudiantes	4	66.67%
Poner publicaciones más llamativas	2	33.33%
Total	6	100%

### **Interpretación:**

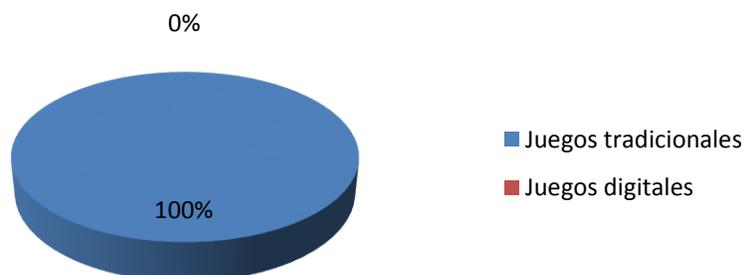
Los jóvenes entrevistados estuvieron de acuerdo con añadir publicidad en las diferentes redes sociales y un 66.67% dijo que sería bueno que mostraran videos realizando el trabajo que realizan los jóvenes que reciben las capacitaciones y el otro 33.33% menciono que deberían crear publicaciones más llamativas en los medios en los cuales la empresa se promociona.

### **Análisis de la información:**

La empresa Art Code Studios ha tenido un bajo nivel de interacción en las diferentes redes sociales en los últimos meses, y los usuarios lo han notado, es por ello que expresan que deberían tener publicaciones más llamativas para aquellos que todavía no saben que existe una academia en el país que imparta el desarrollo de videojuegos

**Tablas de Focus Group no clientes**

7. ¿Ustedes recuerdan a que jugaban cuando estaban niños?



Opciones	Frecuencia	Ponderación %
Juegos tradicionales	6	100%
Juegos digitales	0	0%
TOTAL	6	100%

**Interpretación:**

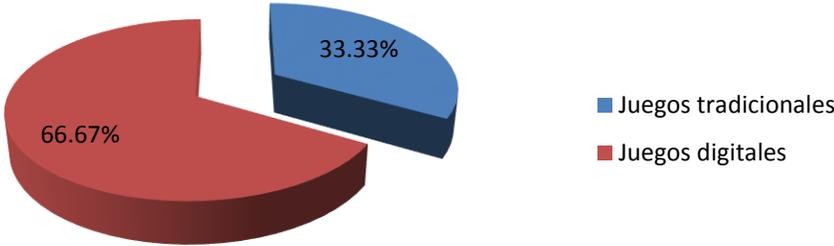
El 100% de los profesionales padres de familia mencionan que en su niñez se divertían con juegos tradicionales entre ellos ladrón librado, arranca cebolla, esconde el anillo, canicas, tentarro, pelota, bate, mica, piscucha, salta burro, peregrina.

**Análisis de la información:**

Está claro que, a la mayoría de personas del grupo entrevistado en su niñez, utilizaron los juegos tradicionales, con los cuales compartían con muchos más amigos en su lugar de residencia hasta altas horas de la noche, tomando en cuenta que en ese momento los juegos

digitales no estaban al alcance de todo el público, sin embargo, es una gran oportunidad para generar contenidos interesantes para atraer la atención de los posibles clientes y conozcan la academia desarrolladora de videojuegos.

8. ¿En la actualidad sus hijos divierten con los mismos juegos que usted en su infancia?



Opciones	Frecuencia	Ponderación %
Juegos tradicionales	2	33.33%
Juegos digitales	4	66.67%
<b>TOTAL</b>	<b>6</b>	<b>100%</b>

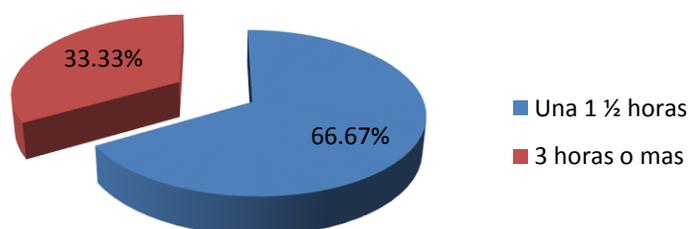
**Interpretación:**

El 66.66% de los entrevistados indican que sus hijos se divierten con videojuegos mediante laptop, computadores o Tablet ya que en la misma actualidad mencionan que no es posible divertirse fuera de casa y lo más preferible es tenerlos seguros dentro de casa, mientras que el 33.33% del resto de los padres han tratado que sus hijos se desarrollen y crezcan no perdiendo las tradiciones de sus padres.

## Análisis de la información:

Entre los encuestados mencionaban que han buscado la manera que sus hijos crezcan bajo el mismo pensamiento que no solamente con una consola se diviertan, sino que también mediante los juegos tradicionales pero la tendencia arroja que los videojuegos son la atracción de todos los jóvenes. Según UK Harmonised Time Use Survey (2015) Las personas menores de 25 años dedican un tercio de su tiempo libre a utilizar dispositivos electrónicos como teléfonos móviles, tabletas, ebooks o portátiles destinando unas 14 horas a la semana.

9. ¿Cuánto tiempo pasan sus hijos en la computadora o celular? ¿Qué hace?



Opciones	Frecuencia	Ponderación %
Una 1 ½ horas	4	66.67%
3 horas o mas	2	33.33%
<b>TOTAL</b>	<b>6</b>	<b>100%</b>

## Interpretación

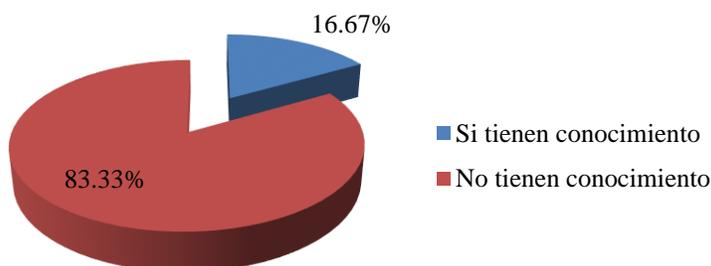
El 33.33% de los entrevistados mencionan que sus hijos el tiempo que le dedican es de 1 hora ½ según acuerdo entre ambos, mientras que el 66.66% el tiempo estimado es de 3 horas o

más ya que algunos lo toman como método educativo que les permite que sus hijos se desarrollen y aprendan mediante los juegos.

### **Análisis de la información**

Por la actualidad que se vive día con día los padres mencionan que prefieren que sus hijos dediquen más del tiempo regular en una computadora o en una consola de videojuego y no se expongan fuera de casa ya que en el país están propensos a la ola de violencia y prefieren que se mantengan dentro de su hogar haciendo que estos utilicen los Smartphone como diversión y hasta por ocio.

10. ¿Ustedes saben que videojuegos juegan su hijo/a? ¿Conoce cómo se llaman?



Opciones	Frecuencia	Ponderación %
Si tienen conocimiento	1	16.67%
No tienen conocimiento	5	83.33%
<b>TOTAL</b>	<b>6</b>	<b>100%</b>

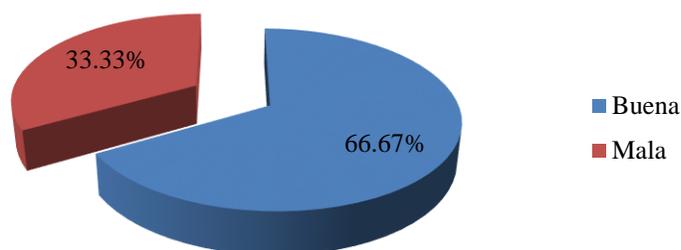
### Interpretación:

El 83.33% de los padres no conocen los videojuegos en los cuales se divierten sus hijos, mientras que el 16.66% menciona que sus hijos se entretienen en los siguientes juegos fortnite, ninjago, minecraft.

### Análisis de la información:

Hay muchos juegos con los cuales los jóvenes tienen contacto como los son fortnite, ninjago, minecraft que los padres de familia tienen conocimiento de ellos, pero aun así los entrevistados mencionan que existen videojuegos que pueden perjudicar la salud mental de pequeños y grandes así que promueven la violencia y otros tipos de ocio o pérdida de tiempo, por lo cual están pendientes a que sus hijos no accedan a sitios prohibidos o no aptos para menores de edad.

11. ¿Cuál es la percepción que tienen acerca de los videojuegos? ¿Por qué creen eso?



Opciones	Frecuencia	Ponderación %
Buena	4	66.67%
Mala	2	33.33%
<b>TOTAL</b>	<b>6</b>	<b>100%</b>

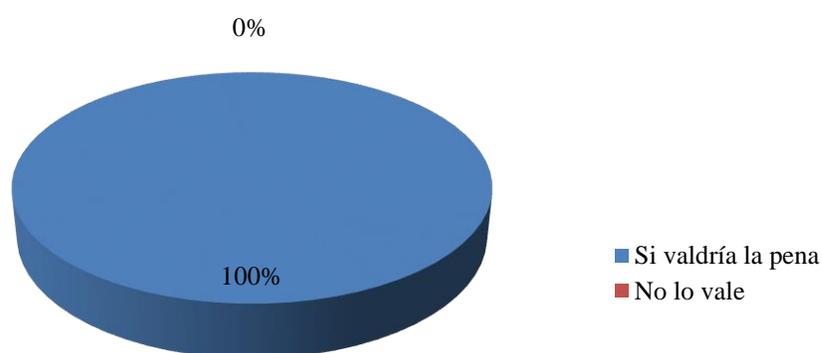
### Interpretación:

El 66.66% comentan que la percepción que tienen de los videojuegos es buena ya que les permite a sus hijos desarrollarse y contribuye educativamente porque les permite aprender, mientras que el 33.33% menciona que es malo porque en algunos videojuegos utilizan un lenguaje no adecuado y afecta con el crecimiento de sus hijos.

### Análisis de la información

La mayoría entrevistados lo toman como bueno ya que eso les ha permitido que sus hijos mediante los videojuegos se han desarrollado intelectualmente, ya que le ha permitido aprender a leer de forma rápida, a analizar y tomar las mejores decisiones y por ende lo catalogan como bueno siempre y cuando se mantenga un control que verifique que los jóvenes estén utilizándolos de buena manera.

12. Creen ustedes que valdría la pena aprender a desarrollar videojuegos ¿Por qué?



Opciones	Frecuencia	Ponderación %
Si valdría la pena	6	100%
No lo vale	0	0%
<b>TOTAL</b>	<b>6</b>	<b>100%</b>

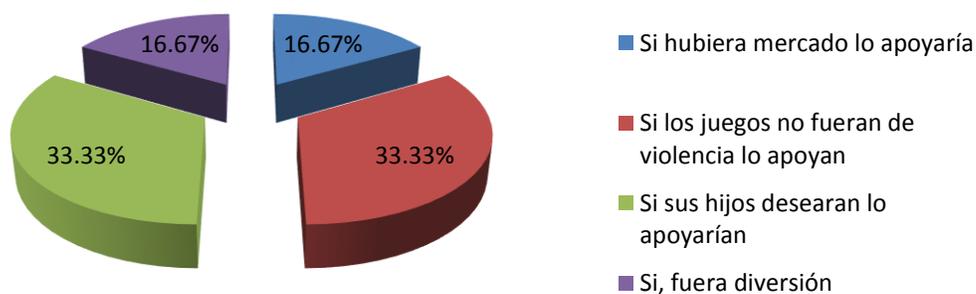
## Interpretación

En 100% de los entrevistados creen que, si valdría la pena aprender a desarrollar videojuegos, sin embargo, mencionan que sería bueno tomar en cuenta que sean juegos lúdicos, y esto permita enseñarles mediante entretenimiento.

## Análisis de la información:

El total de los entrevistados mencionan que si valdría la pena ya que es la tendencia que esta lleva y sin lugar a duda saben que de aprender a desarrollar o crear videojuegos es un ingreso bastante aceptable ya que es una rama que va entrando poco a poco en el país, y que podría crecer grandemente por ser una tendencia tecnológica.

13. ¿Pondrían ustedes a sus hijos a programar videojuegos ¿Cuál es la causa de ello?



Opciones	Frecuencia	Ponderación %
Si hubiera mercado lo apoyaría	1	16.67%
Si los juegos no fueran de violencia lo apoyan	2	33.33%
Si sus hijos desearan lo apoyarían	2	33.33%
Si, fuera diversión	1	16.67%
<b>TOTAL</b>	<b>6</b>	<b>100%</b>

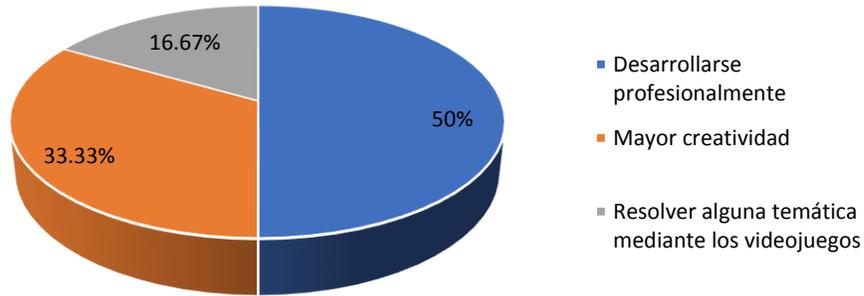
### **Interpretación:**

El 16.66% menciona que, si lo apoyaría en cuanto a diversión, mientras que el otro 16.66% indica que si hubiera mercado potencial con gusto tendría todo el apoyo, en cuanto al 33.33% si los juegos no le generan violencia y esto afecte en la vida o crecimiento de su hijo el 33.33% restante determina que apoyarían al hijo de ser que él/ella lo desee.

### **Análisis de la información**

La mayoría de los padres mencionan que si brindarían el apoyo ya sea que sus hijos tuvieran el deseo de formarse en esa rama, pero otro punto muy importante que si tuvieran más conocimiento que existe mercado para explotar esta industria con mayor gusto lo harían, siempre y cuando ls jóvenes lo vean como un proyecto para que en un futuro puedan generar rentabilidad y que no solamente lo hagan como hobby.

14. Que beneficios esperarían si su hijo llegase a capacitarse en videojuegos ¿Qué les motivaría a ustedes que su hijo entrara en esta rama?



Opciones	Frecuencia	Ponderación %
Desarrollarse profesionalmente	3	50%
Mayor creatividad	2	33.33%
Resolver alguna temática mediante los videojuegos	1	16.67%
<b>TOTAL</b>	<b>6</b>	<b>100%</b>

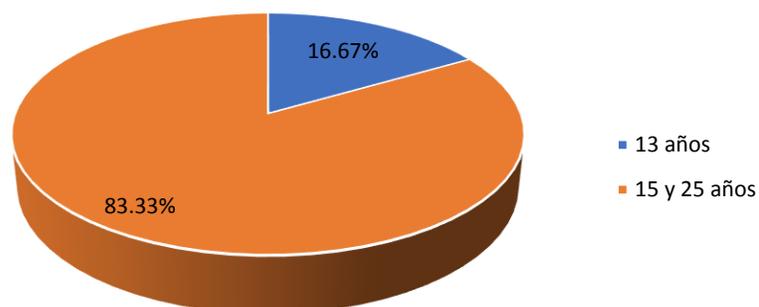
### Interpretación

El 50% indica que el desarrollo profesional los motivaría a que sus hijos se desarrollaran en esta rama, mientras que el 33.33% incide que aumentaría la creatividad en sus hijos, y el resto que es el 16.66% mencionan que resolver una temática mediante un videojuego beneficiaría el desarrollo de sus hijos

## Análisis de la información

La mitad de los padres les motivarían apoyar a sus hijos si de esto ellos se desarrollaran profesionalmente el cual les permitiría tener una estabilidad económica y puedan crecer profesionalmente no solo aquí si no que fuera de este país de igual manera los jóvenes tienen que estar conscientes que el estudiar este tipo de cursos les ayudará poder sumergirse en otras ramas relacionadas con el diseño y creación de animaciones.

15. ¿Qué tipo de público son los que se involucran en la rama del desarrollo de videojuegos?



Opciones	Frecuencia	Ponderación %
13 años	1	16.66%
15 y 25 años	5	83.33%
<b>TOTAL</b>	<b>6</b>	<b>100%</b>

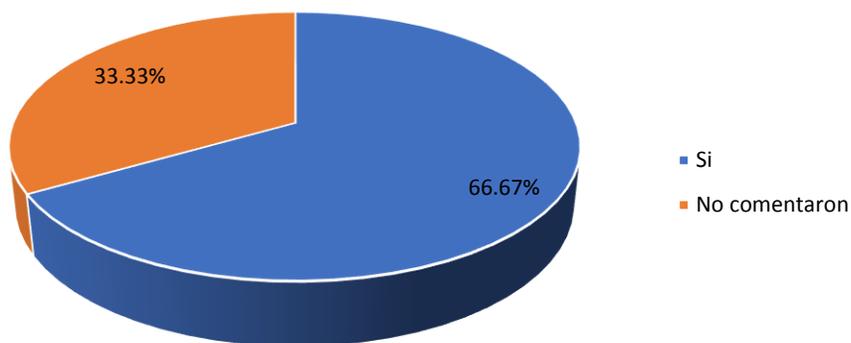
### Interpretación:

El 83.33% de las personas entrevistadas mencionan que el público que se involucra se encuentra entre la edad de 15 a 25 años, mientras que el 16.66% indica que son niños desde los 13 años.

### Análisis de la información:

Según los padres, los jóvenes que podrían adquirir este tipo de capacitaciones rondan entre los 15 a 25 años de lo cual se encuentran en la mejor edad para que se desarrollen y aumenten la creatividad y a medida que vayan creciendo tienen más posibilidades de especializarse porque se encuentran en una edad adecuada de aprendizaje.

16. ¿Qué han escuchado sobre capacitaciones de videojuegos?



Opciones	Frecuencia	Ponderación %
Si	4	66.66%
No comentaron	2	33.33%
<b>TOTAL</b>	<b>6</b>	<b>100%</b>

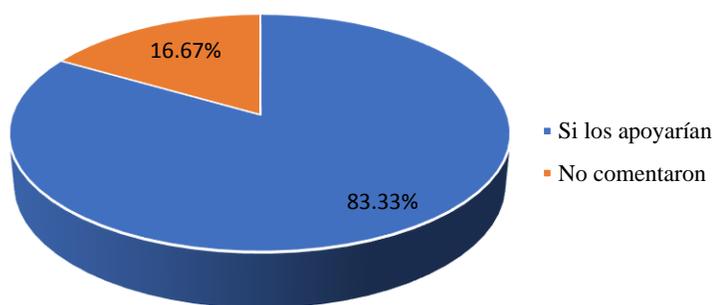
## Interpretación

El 66.66% si conocen lugares donde se imparten y enseñan esta rama de desarrolladores de videojuegos entre ellos está la Don Bosco, mientras que el 33.33% no mencionaron de conocer algún lugar especializado.

## Análisis de la información

Para los padres de familia los únicos lugares donde podrían impartir estas capacitaciones son en colegios técnicos entre estos el don Bosco, itexsal, entre otros ya que no poseen mayor conocimiento de otros lugares donde se puedan estar desarrollando y por ello no le tienen mucho futuro para que sus hijos puedan optar por este tipo de capacitaciones, sin embargo, Art Code Studios lleva la delantera ya que es la pionera en este rubro actualmente en el país.

17. ¿Si sus hijos les comentaran que quieren especializarse en esta rama los apoyarían? ¿Por qué?



Opciones	Frecuencia	Ponderación %
Si los apoyarían	5	83.33%
No comentaron	1	16.66%
<b>TOTAL</b>	<b>6</b>	<b>100%</b>

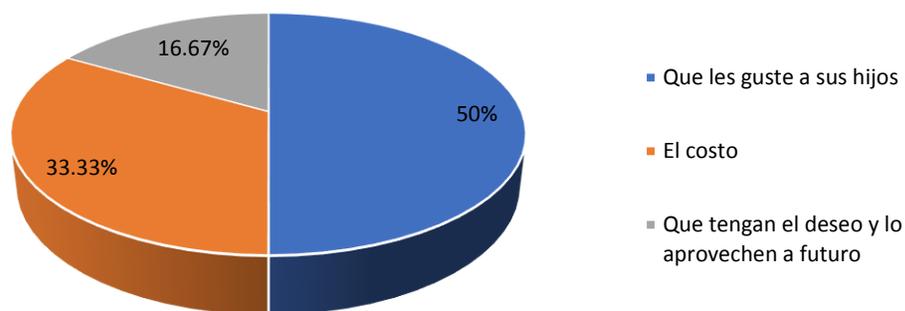
### Interpretación:

El 83.33% menciona que si los apoyarían siempre y cuando ellos tuvieran el deseo y el talento para especializarse.

### Análisis de la información:

Si bien es cierto muchos padres de familia poseen un concepto que los videojuegos son una pérdida de tiempo, pero para este caso indican que de aprovechar estas capacitaciones y ellos especializarse están con todo el deseo de apoyarlos y ser personas profesionales y con futuro, porque han visto que en otros países desarrollados el poder adquirir este tipo de capacitaciones se han dado casos de éxito en el país.

18. ¿Qué les llamaría la atención para poder adquirir las capacitaciones del desarrollo de videojuego?



Opciones	Frecuencia	Ponderación %
Que les guste a sus hijos	3	50%
El costo	2	33.33%
Que tengan el deseo y lo aprovechen a futuro	1	16.67%
<b>TOTAL</b>	<b>6</b>	<b>100%</b>

### Interpretación:

Inicialmente para que puedan tomar las capacitaciones lo primordial es que a los hijos les guste bajo un 50%, además de un costo accesible con un 33.33% y el resto que cuenten con el deseo para poder aprovechar.

### Análisis de la información:

Los entrevistados mencionaron que para poder adquirir las capacitaciones lo primordial es que a sus hijos les guste, además del costo de las capacitaciones no sea tan alto y que sus hijos tengan el deseo para aprovecharlo al máximo y poder activar más sus habilidades y destrezas que no hayan explotado.

19. ¿Creen ustedes que su hijo tiene talento o aptitudes para desarrollarse en esta rama? Mencione alguna de ellas (negativas o positivas)



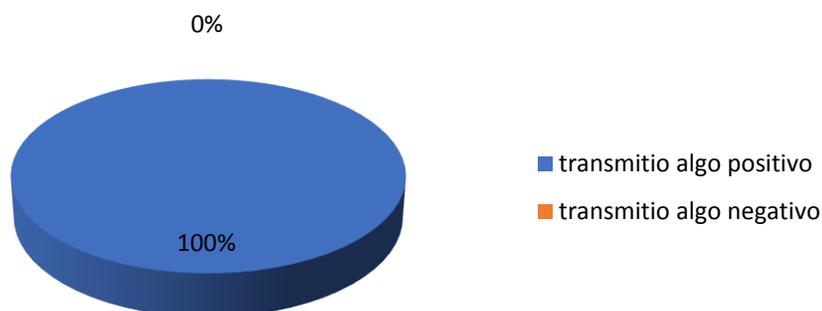
Opciones	Frecuencia	Ponderación %
Si poseen aptitudes y talento	6	100%
No poseen aptitudes y talento	0	0%
TOTAL	6	100%

**Interpretación:** El 100% de los profesionales padres de familia respondieron que sus hijos si poseen talento o aptitudes para poder optar a las capacitaciones para el desarrollo de videojuegos.

**Análisis de la información:**

Se definió que los jóvenes de esta eran ya traen la destreza para adaptarse a las nuevas tecnologías y que, si pueden tener talento para este tipo de capacitaciones, aunque recalcaron que no es lo mismo que les guste por hobby a que tengan las capacidades necesarias para poder ser desarrolladores de videojuegos.

20. ¿Qué le transmitió el video?



Opciones	Frecuencia	Ponderación %
transmitió algo positivo	6	100%
transmitió algo negativo	0	0%
<b>TOTAL</b>	<b>6</b>	<b>100%</b>

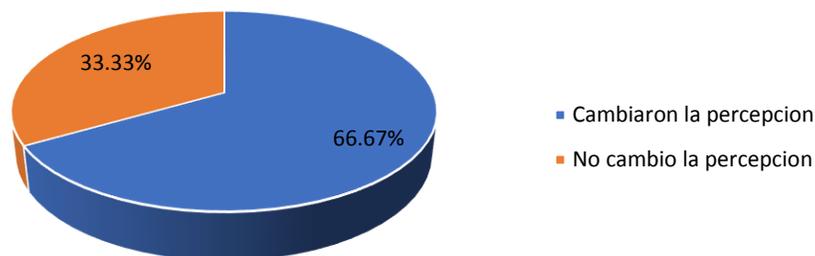
### Interpretación:

El 100% de los profesionales padres de familia mencionó que el video les transmitió algo positivo

### Análisis de la información:

El video le transmitió que los videojuegos son una industria que está creciendo en Latinoamérica y que puede haber una buena participación en el mercado salvadoreño adaptándose a una tendencia tanto de nuevas tecnologías y robótica y mencionaron que en el futuro el ser un programado va ser una necesidad para optar a algunas carreras

21. ¿Cambio su percepción acerca de los videojuegos? Explique



Opciones	Frecuencia	Ponderación %
Cambio la percepción	4	66.67%
No cambio su percepción	2	33.33%
<b>TOTAL</b>	<b>6</b>	<b>100%</b>

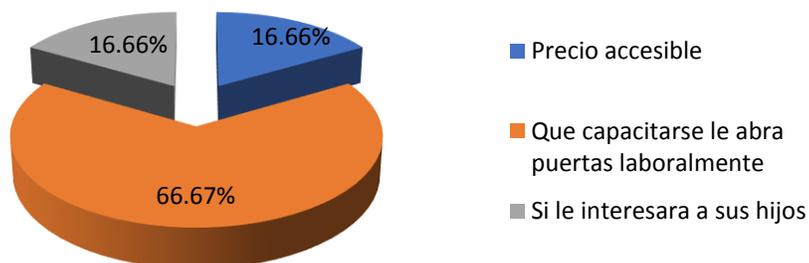
### Interpretación:

El 66.67% de los profesionales entrevistados cambio la percepción que tenían después de ver el video, mientras que el 33.33% no la cambio.

### Análisis de la información:

Después de que los participantes observaron el video, la percepción que tenían acerca del desarrollo de videojuegos cambio a un criterio positivo porque identificaron que este nuevo mercado puede incursionar en El Salvador y crear nuevas oportunidades laborales para este rubro.

22. ¿Qué les motivaría a adquirir este tipo de capacitaciones?



Opciones	Frecuencia	Ponderación %
Precio accesible	1	16.66%
Que capacitarse le abra puertas laboralmente	4	66.67%
Si les interesara a sus hijos	1	16.66%
<b>TOTAL</b>	<b>6</b>	<b>100%</b>

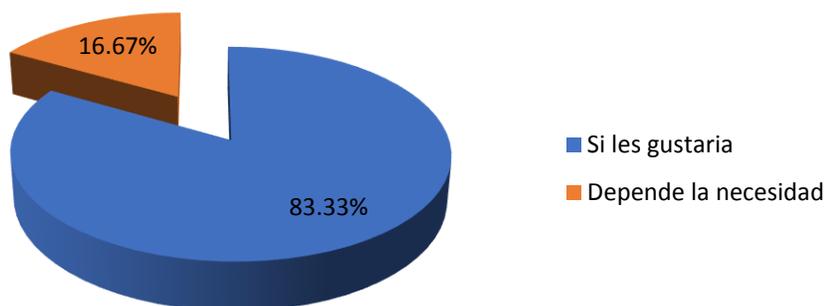
### Interpretación:

Se puede observar que un 66.67% de los profesionales menciona que les motivaría adquirir estas capacitaciones si esto les abriera puertas laboralmente para sus hijos, un 16.66% dice que el precio es lo que los motivara, y el otro 16.66% dice que si sus hijos les interesara lo adquirirían.

### Análisis de la información:

Los participantes mencionaron tres elementos importantes que los motivaría a optar por estas capacitaciones, que son el precio accesible, que al capacitarse puedan optar por un empleo y el más importante que es el que sus hijos sientan afinidad por este tipo de rubro que probablemente tenga un impacto positivo en el país.

23. ¿Les gustaría capacitarse sobre la creación de videojuegos?



Opciones	Frecuencia	Ponderación %
Si les gustaría	5	83.33%
Depende la necesidad	1	16.67%
TOTAL	6	100%

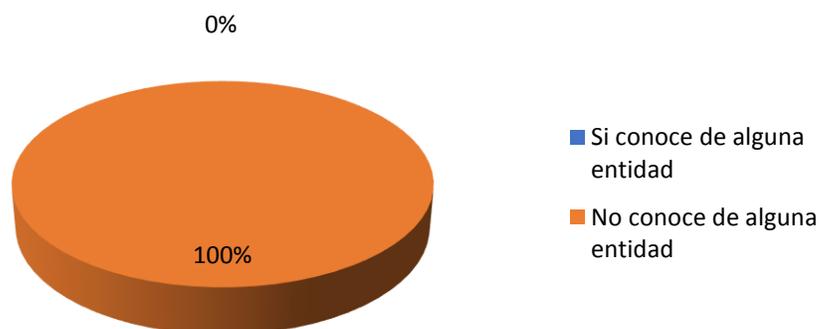
### Interpretación:

El 83.33% de los profesionales menciona que, si les gustaría capacitarse en el desarrollo de los videojuegos, mientras que el otro 16.67% dice que depende de si es necesario.

### Análisis de la información:

Un alto porcentaje de los participantes identifico las fortalezas que posee el tema desarrollo de videojuegos y explicaron que si tuvieran la oportunidad de adquirir conocimientos sobre este tema lo hicieran, aunque una mínima parte señalo que no lo realizaría ya que no es de su agrado y no cumple con las capacidades necesarias para especializarse en ello.

19. ¿Han escuchado de alguna entidad que imparta este tipo de capacitaciones?



Opciones	Frecuencia	Ponderación %
Si conoce de alguna entidad	0	0.00%
No conoce de alguna entidad	6	100.00%
<b>TOTAL</b>	<b>6</b>	<b>100%</b>

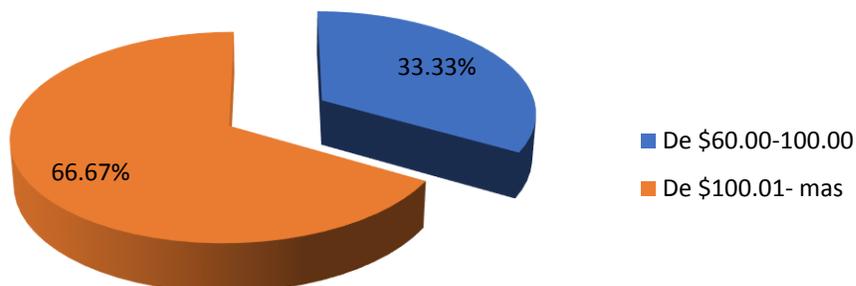
### Interpretación:

El 100% de los profesionales menciona que no conoce de alguna entidad que imparta este tipo de capacitaciones sobre el desarrollo de videojuegos.

### Análisis de la información:

A pesar que es un tema del cual ya tienen conocimiento y que posiblemente este incursionando al mercado salvadoreño, no poseen información sobre alguna entidad u organización que este impartiendo este tipo de capacitaciones.

20. ¿Cuál sería la modalidad del rango de cuotas para estas capacitaciones?



Opciones	Frecuencia	Ponderación %
De \$60.00-100.00	2	33.33%
De \$100.01- mas	4	66.67%
<b>TOTAL</b>	<b>6</b>	<b>100%</b>

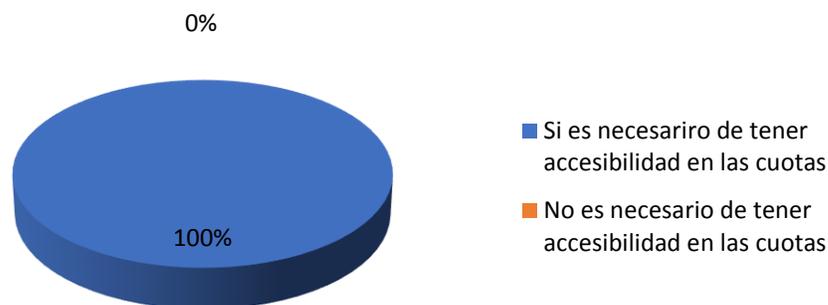
### Interpretación:

Un 66.67% de los profesionales expreso que el rango \$0.00-\$100.00 sería la cuota que estaría dispuesta a pagar, mientras que un 33.33% menciona que sería de \$100.00.-más.

### Análisis de la información:

Existen varios factores que influyen a poder establecer una cuota ya que el tema de tecnología suele ser tener un costo elevado por el tipo de herramientas que se utilizan y es así como se definió, que lo más considerable que se puede invertir en cifras monetarias son \$100.00

21. ¿Creen que debería de haber un beneficio o algo accesible para las cuotas



Opciones	Frecuencia	Ponderación %
Si es necesario de tener accesibilidad en las cuotas	6	100.00%
No es necesario de tener accesibilidad en las cuotas	0	0.00%
<b>TOTAL</b>	<b>6</b>	<b>100%</b>

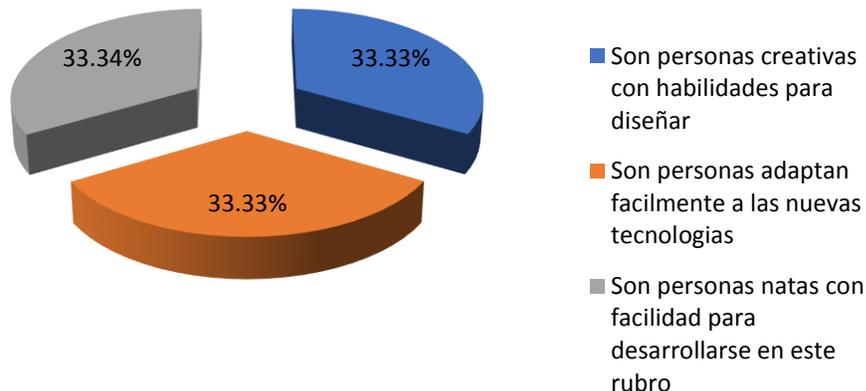
### **Interpretación:**

El 100% de los profesionales menciona que si es necesario tener el beneficio de obtener cuotas accesibles.

### **Análisis de la información:**

Por el elevado costo que puede llegar a tener este tipo de capacitaciones y por ser un una industria creciente se puede optar por la facilidad de pago en este caso establecer alguna alianza de cuotas sin intereses con algún banco, tomando en cuenta el poder adquisitivo de un salvadoreño promedio identificaron que para este tipo de especialización, el segmento al que se redunda es la clase media alta pero sugirieron que el gobierno puede optar por incluir este tipo de técnicas en instituciones públicas como técnicos y diplomados.

22. ¿Qué piensan sobre las personas que se especializan en el desarrollo de videojuegos?



Opciones	Frecuencia	Ponderación %
Son personas creativas con habilidades para diseñar	2	3.33%
Son personas adaptan fácilmente a las nuevas tecnologías	2	3.33%
Son personas natas con facilidad para desarrollarse en este rubro	2	3.34%
TOTAL	6	100%

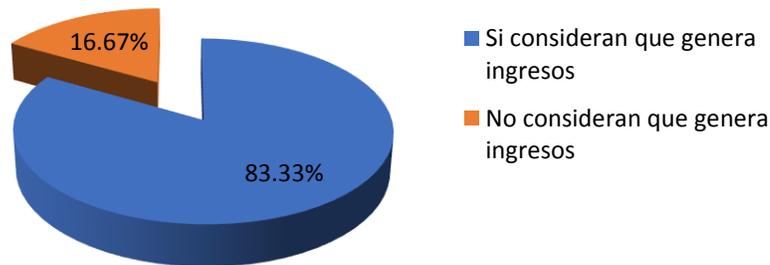
### **Interpretación:**

En esta pregunta un 33.33% de los participantes mencionaron que son personas creativas con habilidades para diseñar, otro 33.33% dice que son personas que se adaptan fácilmente a las nuevas tecnologías seguido del otro 33.34% que creen que las personas ya nacen con la facilidad de adaptarse a este tipo de rubro.

### **Análisis de la información:**

Las personas que optan por especializarse en este tema primeramente tienen que tener una facilidad para adaptarse a las nuevas tecnologías, estar a la vanguardia de los diferentes programas que se utilizan para la creación de videojuegos, ser creativo, que guste del diseño y programación entre otras cosas.

23. ¿Consideran ustedes que es una rama que después de especializarse puede generar ingresos?



Opciones	Frecuencia	Ponderación %
Si consideran que genera ingresos	5	83.33%
No consideran que genera ingresos	1	16.67%
TOTAL	6	100%

#### **Interpretación:**

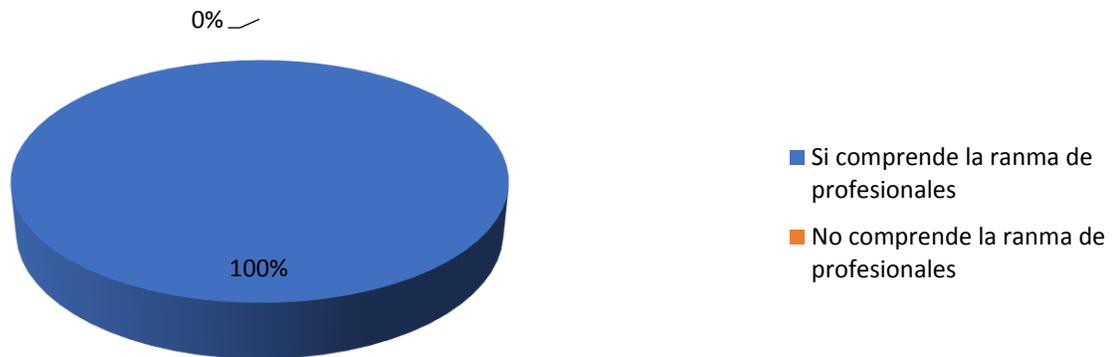
El 83.33% de los profesionales considera que especializarse en la rama de los videojuegos si genera ingresos mientras que el 16.67% cree que no.

#### **Análisis de la información:**

Se considera que entrar en el ámbito de los videojuegos si puede generar ingresos, si se especializa en estos, pero las personas no lo ven como una opción para ser un profesional sino para poder aprender lo que en algún momento fue un hobby y después entro la

curiosidad de aprender sobre cómo funcionan y otro tipo de detalles como la animación, diseño y programación

24. ¿Consideran ustedes que ser desarrollador de videojuegos comprende la rama de profesionales?



Opciones	Frecuencia	Ponderación %
Si comprende la rama de profesionales	6	100.00%
No comprende la rama de profesionales	0	0.00%
TOTAL	6	100%

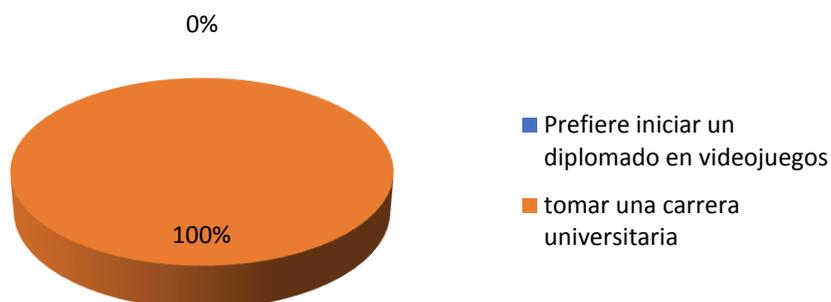
**Interpretación:**

El 100% de los entrevistados menciona que un desarrollador de videojuegos si comprende la rama de profesionales

### Análisis de la información:

Un desarrollador de videojuegos si se considera una profesión, pero al parecer las personas mencionaron que, si les tocara elegir entre una carrera universitaria y especializarse en esa rama sin pensarlo dos veces prefieren los estudios universitarios, sin pensar que el rubro de las nuevas tecnologías va aumentando cada día y posiblemente sea un nuevo mercado empresarial a futuro.

25. ¿Consideran que su hijo al conocer de estas capacitaciones preferiría iniciar un diplomado y luego especializarse o tomaría ya una carrera universitaria?



Opciones	Frecuencia	Ponderación %
Prefiere iniciar un diplomado en videojuegos	0	0.00%
tomar una carrera universitaria	6	100.00%
TOTAL	6	100%

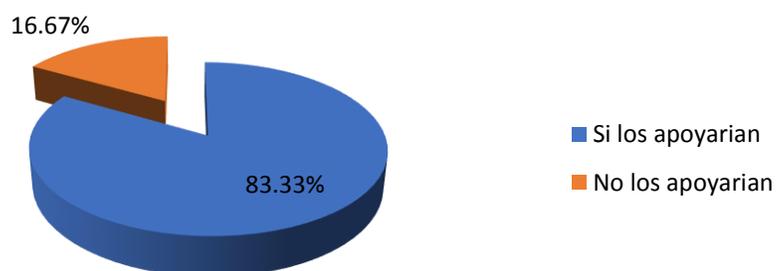
### **Interpretación:**

El 100% de los entrevistados menciona que sus hijos prefieren tomar una carrera universitaria que optar por un diplomado en videojuegos.

### **Análisis de la información:**

Después de ver que en el salvador no conocen de alguna entidad que imparta este tipo de cursos y que todavía no es un mercado establecido, aseguraron que sus hijos se fueran por el lado de adquirir una carrera universitaria que elegir algún curso o diplomado en videojuegos.

26. ¿Estarían dispuestos a apoyarle moralmente y económicamente en estas capacitaciones?



Opciones	Frecuencia	Ponderación %
Si los apoyarían	5	83.33%
No los apoyarían	1	16.67%
<b>TOTAL</b>	<b>6</b>	<b>100%</b>

**Interpretación:**

Un 83.33% de los participantes menciona que si apoyaría a sus hijos ya sea económica y moralmente, mientras que un 16.67% dice que no mucho.

**Análisis de la información:**

Al terminar lo antes mencionado y platicar ampliamente del tema la mayoría concluyo que si apoyarían a sus hijos si ellos desearan capacitarse en el desarrollo de videojuegos ya que es una rama que va en ascenso en el mercado salvadoreño, que no ha sido explotado aun y por ende sería una buena inversión para ellos.